

Mirja Tero

**METSÄSTYSMATKAILUN KEHITTÄMINEN
POHJOIS-POHJANMAALLA**

– yrittäjyysnäkökulma

METSÄSTYSMATKAILUN KEHITTÄMINEN

POHJOIS-POHJANMAALLA

– yrittäjyysnäkökulma

Mirja Tero
Opinnäytetyö
Kevät 2011
Maaseutuelinkeinojen
koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma, ympäristön hoidon suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Mirja Tero

Työn nimi: Metsästysmatkailun kehittäminen Pohjois-Pohjanmaalla -yrittäjyysnäkökulma

Ohjaajat: Anu Hilli ja Mikko Aalto

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2011

Sivumäärä: 49

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tavoitteena oli metsästysmatkailun kehittäminen Pohjois-Pohjanmaalla. Työn toimeksiantaja oli Oulun seudun ammattikorkeakoulun Luonnonvara-alan yksikkö ja se toimi samalla selvityksenä mahdolliselle alan yhteistyötä kehittäväälle hankkeelle.

Metsästysmatkailun kehittäminen on ajankohtainen aihe, sillä metsästys on harrastuksena suosittu, mutta monilla metsästäjillä harrastusmahdollisuudet omalla paikkakunnalla ovat hyvin rajalliset. Muun muassa tästä syystä yhä useammat metsästäjät käyttävät metsästysmatkailuyritysten tarjoamia palveluja. Myös ulkomaalaisten metsästäjien määrä Suomessa näyttää edelleen kasvavan, kun tietoisuus Suomen metsästyskulttuurista ja hyvistä metsästysalueista kasvaa. Metsästyksen kaupallistamisessa on kuitenkin paljon haasteita, suurimpana maanomistajien ja paikallisten metsästäjien negatiiviset asenteet ja yhteistyöhaluttomuus.

Aineiston hankkimiseksi haastateltiin Pohjois-Pohjanmaalla metsästysmatkailua tarjoavia toimijoita sekä tehtiin rinnakkaisanalyysi, jossa vertailtiin sekä koti- että ulkomaisten metsästysmatkailutoimijoiden Internet -sivustoja. Näiden avulla etsittiin toimivia käytänteitä metsästysmatkailussa sekä kehitysideoita alueen metsästysmatkailun kehittämiseksi.

Haastattelujen tuloksena alueen metsästysmatkailussa kehitettäväksi kohteiksi nousivat palvelutarjonnan monipuolistaminen, oheispalveluiden lisääminen, sekä yhteistyön kehittäminen alalla. Lisäksi löydettiin toimivia käytänteitä markkinoinnissa sekä maanomistajuuksasioissa. Rinnakkaisanalyysin mukaan pohjois-pohjamaalaisten yritysten sivustoilla puutteita oli erityisesti trofeekäytännön, palveluiden hinnan, kielen sekä lupakäytännön esilletuomisessa.

Pohjois-Pohjanmaan metsästysmatkailua on mahdollista kehittää luomalla alan yrittäjien välille yhteistyöverkosto. Tämä voidaan tehdä alan yhteistyötä kehittävän hankkeen puitteissa, jossa keskitytään esim. yhteiseen asiakashankintaan ja yhteisten Internet-sivustojen luomiseen. Työn tuloksena saatuja kehitysideoita voidaan käyttää hankkeessa koulutusmateriaalina sekä apuna mm. sivustojen luomisessa.

Asiasanat: metsästys, metsästysmatkailu, trofee

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Agricultural and Rural Industries, Environmental Management

Author: Mirja Tero

Title of thesis: Development of hunting tourism in Northern Ostrobothnia –aspect of entrepreneurship

Supervisors: Anu Hilli and Mikko Aalto

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2011

Number of pages: 49

ABSTRACT

The aim of the thesis was to develop hunting tourism in Northern Ostrobothnia. The assigner was Oulu University of Applied Sciences, School of Renewable Natural Resources. The thesis was also a study for a project. The project will be about developing the cooperation in the field of hunting tourism.

Developing the hunting tourism is a current matter because hunting is a popular hobby but everyone does not have a possibility to hunt at their home town or village. This is one reason why more and more hunters use the services of enterprises that offer hunting tourism. Also the amount of foreign hunters is increasing as the knowledge about the hunting culture and the good hunting grounds in Finland is increasing. There are still many problems in hunting tourism. The biggest problems are maybe the negative attitudes and the lack of cooperativeness among landowners and local hunters.

Research methods in this thesis were interview and comparative research. I interviewed some enterprises and operators, who offer hunting tourism services in Northern Ostrobothnia. In the comparative research I compared the Internet pages of both Finnish and foreign enterprises. With these methods I searched for functional practices in hunting tourism and ideas for developing the hunting tourism in the area.

The main results from the interview were: developing the supply of services, increasing auxiliary services and developing the cooperation. In addition some functional practices were found in marketing and landowning. The comparative research showed that the enterprises in Northern Ostrobothnia should develop their Internet pages. There were some deficiencies in the display of prices, language of the service, needed permissions and the trophy practice.

The hunting tourism in Northern Ostrobothnia could be developed by executing a project about cooperation. The enterprises should work together in bringing of customers. They could also create a common website, where all the enterprises would be listed. The results of this study can be used in the project as a training material.

Keywords: hunting, hunting tourism, trophy

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ.....	3
ABSTRACT.....	4
SISÄLLYS.....	5
1 JOHDANTO	7
2 METSÄSTYS SUOMESSA.....	9
2.1 Metsästysoikeus.....	10
2.2 Metsästyslupa.....	12
2.3 Riistanhoito.....	12
3 METSÄSTYSMATKAILU.....	14
3.1 Metsästyksen kaupallistaminen.....	14
3.2 Markkinointi ja tuotteistaminen	15
3.3 Ulkomaalaiset metsästäjät.....	16
4 METSÄSTYSMATKAILUN HAASTEET JA MAHDOLLISUUDET	18
4.1 Maanomistajuus ja yhteistyö	19
4.2 Kestävä kehitys metsästysmatkailussa	20
4.3 Riistantarhaus.....	23
4.4 Trofeemetsästyksen mallia maailmalta.....	23
4.5 Pohjois-Pohjanmaan vahvuudet metsästysmatkailussa.....	24
5 AINEISTOT JA MENETELMÄT.....	26
5.1 Haastattelut	26
5.2 Rinnakkaisanalyysi	27
5.3 Laatu ja luotettavuus	28
6 TULOKSET JA TULOSTEN TARKASTELU	29
6.1 Haastattelujen tulokset.....	29
6.1.1 Toimivat käytänteet metsästysmatkailussa	29
6.1.2 Pohjois-Pohjanmaan metsästysmatkailun kehittymismahdollisuudet.....	30
6.1.3 Toimivia ratkaisuja maanomistajuusasioihin.....	31
6.2 Haastattelujen tulosten tarkastelu	32
6.3 Rinnakkaisanalyysin tulokset.....	35
6.4 Rinnakkaisanalyysin tulosten tarkastelu	38

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET.....	41
8 POHDINTA.....	43
LÄHTEET.....	44

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää toimivia ja hyviä käytänteitä metsästysmatkailussa. Niiden pohjalta pyrittiin löytämään kehitysideoita metsästysmatkailuun Pohjois-Pohjanmaalla. Toimeksiantajana oli Oulun seudun ammattikorkeakoulun Luonnonvara-alan yksikkö. Työ toimi myös hankeselvityksenä mahdolliselle alan yhteistyötä kehittäville hankkeelle, jota on ideoitu myöhemmin toteutettavaksi Luonnonvara-alan yksikössä.

Metsästys on Suomessa suosittu harrastus, jonka puitteissa uusien kokemusten tavoittelu ja harrastuksen monipuolistaminen ovat johtaneet metsästäjien matkailuun niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Metsästysmatkailussa on yksinkertaisimmillaan kyse luonnon ja elämysten tavoittelusta. Suomalaisia metsästäjiä matkailuun ajaa myös mm. metsästyksen vaikeus omalla paikkakunnalla. Ulkomaalaisia metsästäjiä Suomessa kiinnostavat erityisesti luonto sekä riistalajit, joita muualla ei ole.

Ongelmia metsästyksen kaupallistamisessa kuitenkin on. Suurimpana haasteena voidaan mainita maanomistajuuteen liittyvät ongelmat. Kehitettävää on myös markkinoinnissa, mikä varsinkin ulkomaille on vielä melko vähäistä. Mahdollisuuksia metsästysmatkailun kehittämiseen on nähty mm. riistantarhauksessa ja trofeemetsästys -konseptin tuomisessa Suomeen. Pohjois-Pohjanmaalla metsästysmatkailua tukee alueen monipuolinen, puhdas luonto sekä hyvät metsästysmahdollisuudet. Alueella on lisäksi hyvät liikenneyhteydet, myös kansainvälisesti.

Aineistonhankintamenetelmiä työssä olivat rinnakkaisanalyysi ja haastattelu. Rinnakkaisanalyysi toteutettiin vertailemalla ulkomaalaisten ja suomalaisten metsästysmatkailutoimijoiden Internet - sivustoja. Haastattelu tehtiin muutamalle Pohjois-Pohjanmaalla toimivalle metsästysmatkailuyritykselle. Näiden menetelmien avulla pyrittiin löytämään keinoja kehittää metsästysmatkailua alueella.

Aihe on ajankohtainen, sillä metsästysmatkailun kysyntä on kasvussa. Metsästäjien suosiossa ovat yhä enemmän metsästysmuodot, joita oman seuran mailla ei voida harrastaa. Myös yhä useammat matkailuyritykset ovat kiinnostuneita ottamaan metsästysmatkailun osaksi palvelutarjontaansa. Aiemman tutkimuksen perusteella voidaan todeta, etteivät metsästysseurat

ole innokkaita tarjoamaan metsästysmatkailupalveluita Pohjois-Pohjanmaalla.

2 METSÄSTYS SUOMESSA

Suomessa metsästäjiä, eli metsästyskortin lunastaneita henkilöitä, on noin 300 000. Väkilukuun suhteutettuna metsästäjien määrä on korkea muihin Euroopan maihin verrattuna. Metsästäjien määrä kasvaa edelleen ja myös naismetsästäjien määrä on noussut viime vuosina. (Suomen metsästäjiliitto 2008b, hakupäivä 6.4.2011.) Vuotuinen metsästäjämäärän kasvu on 2000 -luvulla ollut noin 2000 metsästäjää vuodessa (Muuttola 2007b, hakupäivä 24.3.2011). Erityisesti koiraharrastuksen ja muun koiratoiminnan vilkastuminen vaikuttaa metsästysharrastuksen määrään (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011).

Metsästys on Suomessa sekä yleistä että arvostettua. Se on aina ollut tavallisen ihmisen tapa hankkia täydennystä ruokapöytään riippumatta henkilön varallisuudesta tai asemasta yhteiskunnassa. Metsästyksen merkitys suomalaisessa yhteiskunnassa on tärkeä, sillä sen avulla saadaan vuosittain yli 10 miljoonaa kiloa kotimaista riistalihaa suomalaisten ruokapöytiin. Metsästäjiltä odotetaan myös riistakantojen säätelyä. Erityisesti hirvikanta on pidettävä kurissa liikenneturvallisuuden ja metsätalouden kannattavuuden vuoksi. (Suomen metsästäjiliitto 2008b, hakupäivä 6.4.2011.)

Suomalainen metsästys perustuu yhä edelleen todelliseen eränkäyntiin ja rehellisiin erätaitoja arvostetaan suuresti. Metsästys antaa tavalliselle kansalaiselle mahdollisuuden luonnossa liikkumiseen. Suomalainen metsästys myös yhdistää erilaisia ihmisiä seuratoiminnan avulla. Metsästäjät tekevät lisäksi vapaaehtoistyönä esimerkiksi riistanhoitotyötä ja avustavat riistanlaskennoissa. (Suomen metsästäjiliitto 2008b, hakupäivä 6.4.2011.)

Jotta henkilö voi harjoittaa metsästystä, on hänen täytettävä tietyt edellytykset. Tietyllä alueella metsästääkseen metsästäjällä tulee olla joko metsästysoikeus tai oikeus metsästää jollain perusteella. Lisäksi ennen metsästyksen ryhtymistä on valtiolle suoritettava riistanhoitomaksu eli metsästyskortti. Ensikertalaisen metsästäjän on ensin suoritettava metsästäjäutkinto hyväksytysti, jonka jälkeen hän saa metsästyskortin lomakkeen. (Metsästäjien keskusjärjestö 2002, 30.)

Joitain eläimiä metsästäessä on myös hankittava pyyntilupa. Eläimiä, joiden pyyntiin tarvitaan koko maan alueella lupa, ovat hirvieläimet, euroopanmajava, itämerennorppa, halli, ilves, saukko

ja susi. Jos metsästäjä haluaa ampujana metsästää karhua tai hirvieläimiä, on hänen suoritettava ampumakoe ennen metsästyksen ryhtymistä. (Metsästäjain keskusjärjestö 2002, 30.)

2.1 Metsästysoikeus

Metsästysoikeus tarkoittaa oikeudellisesti suojattua valtaa harjoittaa metsästystä tietyllä alueella. Se tarkoittaa myös oikeutta estää tai sallia muiden metsästyksen kyseisellä alueella. Lisäksi se oikeuttaa ryhtymään kaikkiin tarpeellisiin riistanhoidollisiin toimenpiteisiin. Laissa metsästysoikeus on määritetty kuuluvaksi maanomistajalle. Metsästysoikeus kattaa sekä maa- ja vesialueen että myös alueen yläpuolella olevan ilmatilan. Maanomistajuuden lisäksi metsästysoikeus ja oikeus metsästää voi perustua myös mm. vuokrasopimukseen, metsästyslupaan tai lakiin. (Metsästäjain keskusjärjestö 2002, 19.)

Lakiin perustuvia oikeuksia metsästää on useita. Jokainen pysyvästi Suomessa asuva henkilö saa metsästää meressä olevalla yleisellä vesialueella sekä tällaisella alueella sijaitsevalla saarella tai luodolla, jonka hallintaa ei ole kenellekään luovutettu. Laki antaa oikeuden harjoittaa vesilintujen pyyntiä myös asumattomilla meren ulkosaarilla toiselle kuuluvalla avoimella rannalla, kun metsästäjällä on oikeus metsästää kyseisellä vesialueella. Vaikka ranta kuuluukin sellaiselle henkilölle, jolla on sinne metsästysoikeus, ei hän voi kieltää avoimelta rannalta tapahtuvaa luvallista vesilinnun metsästystä. Henkilöllä, jonka kotipaikka on kunnassa, joka rajoittuu järvessä olevaan yleiseen vesialueeseen, on oikeus metsästää tällä yleisellä vesialueella. Lisäksi metsästysoikeus koskee tällä alueella sijaitsevia saaria ja luotoja. Tällaisia järviä, joissa on yleinen vesialue, ovat Oulujärvi, Lappajärvi, Koitere, Höytiäinen, Pyhäselkä, Orivesi, Puruvesi ja Päijänne. (Metsästäjain keskusjärjestö 2002, 22–23.)

Lain mukaan henkilöllä on oikeus metsästää kotikunnassaan olevilla valtion omistamilla mailla. Tämä oikeus on kaikissa Lapin läänin kunnissa sekä seuraavissa Oulun läänin kunnissa: Kajaani, Hyrynsalmi, Kuhmo, Kuusamo, Paltamo, Pudasjärvi, Puolanka, Ristijärvi, Sotkamo, Suomussalmi, Taivalkoski, Vaala ja Vuolijoki. Näillä alueilla oikeus metsästää on henkilökohtainen, eikä vierasta ole lupaa ottaa mukaan jahtiin, ellei hän ole hankkinut kyseiselle alueelle erillistä lupaa. (Metsästäjain keskusjärjestö 2002, 23.)

Lisäksi Maa- ja metsätalousministeriö voi antaa oikeuden metsästyksen poikkeuksellisissa olosuhteissa. Se voi päättää, että tietyllä alueella saa metsästää tietyssä aikana, vaikka alueella ei yleensä metsästysoikeutta olisi. Tällainen poikkeustapaus on mahdollinen jonkin vakavan eläintaudin ehkäisemiseksi tai muista terveydellisistä syistä. Ministeriö voi tehdä päätöksen myös silloin, kun metsästyksellä varmistetaan yleistä turvallisuutta tai torjutaan huomattavan omaisuuden vahingoittumisen uhkaa. (Metsästäjien keskusjärjestö 2002, 23.)

Tietyissä tapauksissa riistanhoitopiirit voivat myöntää pyyntilupia aina rauhoitettujen karhun, ilveksen, sauron ja suden metsästämiseen. Säädetystä rauhoitusajasta voidaan poiketa luonnonvaraisen eläimistön tai kasviston säilyttämiseksi, huomattavien omaisuudelle aiheutuvien vahinkojen estämiseksi maataloudessa tms., kansanterveyden tai muun yleisen edun kannalta pakottavista syistä tai tarkoin valvotuissa oloissa valikoiden ja rajoitetusti tiettyjen yksilöiden ottamiseksi. Edellytyksenä on kuitenkin, että muuta tyydyttävää ratkaisua ei löydy eikä metsästyshaittaa suotuisan suojelutason säilyttämistä. (Metsästäjien keskusjärjestö 2002, 23.)

Joissain tapauksissa metsästyslaki mahdollistaa paikkakunnan vakituisten asukkaiden hyväksi riistaeläinten yleisistä rauhoitusajasta poikkeamisen ja metsästyksen sallimisen. Uudenmaan, Varsinais-Suomen ja Satakunnan riistanhoitopiirien merialueeseen rajoittuvissa kunnissa vakituisesti asuvat henkilöt saavat rajoitusajasta poiketen metsästää pieniä määriä allia sekä haahkan, telkän, tukkakoskelon ja isokoskelon uroksia 10.4.–21.5. Perusteena tällaiselle poikkeusluvalla on mm. se, ettei vesilintujen syysmetsästystä yleensä voida merkittävästi harjoittaa alueella syksyn vaikeiden sääolosuhteiden takia. Lisäksi saariston harventunut asutus on vähentänyt metsästystä. Kevätmetsästyksen ei myöskään ole nähty aiheuttavan vaaraa riistakannoille. Edellytyksenä tähän poikkeukselliseen lupaan on kuitenkin, ettei muuta tyydyttävää ratkaisua ole eikä metsästyshaittaa suotuisan suojelutason säilyttämistä. Tuona aikana metsästämiseen on myös saatava pyyntilupa. (Metsästäjien keskusjärjestö 2002, 24.)

Jos maanomistaja haluaa luovuttaa metsästysoikeutensa alueeseen ja tehdä ns. metsästysvuokrasopimuksen, se on mahdollista tehdä joko yksityisen henkilön tai henkilöiden tai oikeushenkilöiden nimiin. Oikeushenkilöitä ovat esimerkiksi rekisteröityneet yhdistykset kuten metsästysseurat. Tavallista maanvuokrasopimusta tehdessä metsästysoikeus siirtyy vain, jos siitä erikseen sopimuksessa mainitaan. Vuokraoikeutta ei voi edelleen siirtää kolmannelle osapuolelle ilman vuokranantajan suostumista. Vuokralainen voi kuitenkin antaa vuokratulle

alueelle metsästyslupan, jollei sitä ole sopimuksessa nimenomaan kielletty. Metsästyslupan antaminen ei tässä tapauksessa ole siis metsästysoikeuden siirtämistä, vaan luvalla kolmannelle osapuolelle annetaan oikeus metsästä. Yhteisillä alueilla kaikilla osakkailla on metsästysoikeus siten kuin osakaskunta on yhdessä päättänyt. Osakaskunta päättää kokouksella myös vieraiden viennistä metsälle, vuokrauksesta sekä metsästysluvista. (Metsästäjain keskusjärjestö 2002, 19 - 22.)

2.2 Metsästyslupa

Maaomistaja ja metsästysoikeudenhaltija voi metsästysluvalla antaa jollekin oikeuden metsästä alueella. Jos maanomistaja on vuokrasopimuksella kokonaan luopunut metsästysoikeudestaan, hän ei voi antaa metsästyslupaa alueelle. Metsästyslupa oikeuttaa vain metsästyksen alueella, eikä anna mitään oikeuksia päättää alueen metsästysoikeuteen liittyvistä asioista.

Metsästyslupan saaja ei siis voi viedä alueelle vieraita tai antaa toiselle lupaa metsästä ilman metsästysoikeuden haltijan lupaa. Metsästyslupa voi olla joko suullinen tai kirjallinen ja se voidaan antaa määräajaksi tai toistaiseksi. Se voi olla myös maksullinen tai täysin vastikkeeton. (Metsästäjain keskusjärjestö 2002, 22–21.)

Valtion maille annettu metsästyslupa on hyvin samanlainen kuin yksityisetkin luvat, mutta se on aina kirjallinen ja yleensä myös maksullinen. Laissa on säädetty tämän luvan sisällöstä. Siinä on näyttävä mm. metsästysaika, metsästettävät riistalajit sekä metsästysalue. (Metsästäjain keskusjärjestö 2002, 22.)

2.3 Riistanhoito

Edellytyksenä metsästykselle ovat luonnollisesti voimakkaat ja metsästyksen kestävät riistakannat. Useimmat riistalajit eivät kannansuuruuksiensa perusteella kestä ympärivuotista metsästystä. Tästä syystä valtaosa lajeista on lainsäädännöllisesti rauhoitettu suurimmaksi osaksi vuotta. Tällöin turvataan niiden häiriintymätön lisääntyminen ja kantojen säilyminen. Metsästys siis sallitaan sellaiseen aikaan vuodesta, kun riistakannat ovat suurimmillaan. Näin metsästyksellä on vähiten haittaa kantojen säilymiselle ja verotus kohdistuu siihen kannan osaan, joka tuhoutuisi myös luonnon tekijöiden vaikutuksesta. (Metsästäjain keskusjärjestö 2002, 49.)

Kosteikon perustaminen ja hoitaminen on yksi palkitsevimpia toimia riistanhoidossa. Missään muussa ympäristössä ei ekologisen kantokyvyn nostaminen riistalajeilla ole mahdollista yhtä suppealla alalla, sillä jo vajaan puolen hehtaarin kosteikkokin tuottaa melko varmasti vähintään yhden sorsapoikueen. Määritelmän mukaan kosteikko on sellainen alue, joka jatkuvasti tai toistuvasti on veden peitossa tai veden kyllästämä. Tästä syystä sillä viihtyy vain niukkahappisiin oloihin sopeutunut kasvillisuus. Kosteikot ovat hyödyllisiä sekä paikallisesti että myös laajemmin. Lintujen kannalta laajan mittakaavan näkökohta on kosteikoiden merkitys muuttolinnuille. Ne tarvitsevat kosteikkoja pesimäalueellaan, talvehtimisalueillaan sekä muuttomatkalla näiden välissä. (Nummi 2010, 6.)

3 METSÄSTYSMATKAILU

3.1 Metsästyksen kaupallistaminen

Merkittävä ja kokoajan kasvava osa metsästyksen harrastajista asuu Etelä-Suomen kaupungeissa. Kaikilla metsästäjillä ei ole kunnollisia metsästysmahdollisuuksia kotipaikkakunnallaan, sillä he eivät kuulu metsästysseuroihin. (Mänty 2008, 27.) Metsästysseuroille tehtyjen kyselyiden mukaan noin neljännes nuorista metsästäjistä jää seuratoiminnan ulkopuolelle mm. seurojen tiukkojen jäsenyyskriteerien johdosta. Liittymismaksut seuroihin voivat olla nuorille liian korkeita, mutta myös tiukat maanomistajuuteen liittyvät velvoitteet ovat usein syynä siihen, että nuori ei voi liittyä seuraan. (Suomen metsästäjäliitto 2008a, hakupäivä 18.3.2011.) Toisaalta voi myös olla, ettei seuran alueella ole mahdollisuuksia kaikkien metsästysmuotojen harjoittamiseen (Mänty 2008, 27). Tällaiset metsästysmuodot ovatkin kasvattaneet suosiotaan (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011). Muun muassa nämä voivat olla syinä siihen, miksi noin puolet suomalaisista metsästäjistä käy vuosittain metsästävässä myös kotikuntansa ulkopuolella (Ripatti & Ermala 1995, 133–134).

Uusien kokemusten hankkiminen ja harrastuksen monipuolistaminen ovat yleisimpiä syitä metsästäjälle matkailla ja hyödyntää matkailuyritysten palveluja. Tämä luonnon ja elämyksien tavoittelu saa metsästäjät niin Suomesta kuin ulkomailtakin hakeutumaan vapaa-aikanaan ns. aitoihin metsästysmaisemiin. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.) Matkailupalvelujen kysyntää metsästyksessä kasvattaa myös se, että ihmisten erätaidot ja maastossa liikkumisen taidot heikkenevät (Muuttola 2007a, hakupäivä 24.3.2011).

Kotimaisten metsästäjien jahtimatkat ovat yleensä omatoimisia ja pelkistettyjä: kiinnostavalta paikalta hankitaan metsästyslupa ja majoitus. Yleisintä tällä hetkellä on hankkia metsästyslupa Metsähallitukselta valtion maille. Metsähallituksen virkistyspalveluista vastaava VilliPohjola tarjoaa lupien myynnin lisäksi myös majoitusta. Koska matkailusta on tullut monelle metsästysharrastuksen osa, voidaan sitä hyödyntää matkailuyrityksissä. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.)

Metsästysmatkailu on hyvä keino pidentää matkailuyrityksen sesonkia, mutta toiminnan

aloittaminen vaatii kuitenkin alan erityisosaamista sekä huolellista paneutumista. Metsästyksen, metsästyskulttuurin, riistanhoidon, lupakäytännön ja koiratoiminnan tuntemus on oleellista varsinkin, jos asiakkaina on erityisryhmiä. Lupien myynnin, majoituksen ja saunan lisäksi on hyvä kehittää myös muita oheispalveluja metsästäjille. Asiakkaita saattaa kiinnostaa esimerkiksi myös oppaiden, metsästyskoirien, kuljetusten ja eräaiheisten tuotteiden tarjonta. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.) Joensuuhun viitaten Mänty (2008, 25) toteaa, että metsästysmatkailuun voidaan liittää myös erilaisia juhlallisuuksia. Suomessa esimerkiksi hirvipeijaiset ovat monella kylällä merkittävä sosiaalinen tapahtuma, jota voisi jotenkin hyödyntää myös matkailussa, ainakin mallina vastaavalle toiminalle. Metsästystapahtuman päätteeksi järjestettävät peijaiset, joissa tarjottaisiin ateria kaadetusta riistasta, voisi olla unohtumaton elämys asiakkaalle.

3.2 Markkinointi ja tuotteistaminen

Markkinointi on metsästysmatkailussa tärkeä kehittämiskohde. Tällä hetkellä metsästysmatkailun markkinointi ei ole kovin vahvaa, eikä se siksi ole vielä kovinkaan tunnettu matkailun osa-alue maassamme. (Pietikäinen 2006, 35.) Ulkomailla merkittävässä asemassa metsästysmatkojen myynnissä ovat matkatoimistot. Paikalliset jahtiseurajat voivat kuitenkin mainostaa myös alan lehdissä mahdollisuutta osallistua seuran jahteihin. (Mänty 2008, 24.) Mänty (2008, 27) viittaa Niemeen tuodessaan esiin, että eri maiden metsästysalan lehdistä löytyy runsaasti mainoksia metsästysmatkailusta Afrikassa, Pohjois-Amerikassa, Aasiassa ja jopa Ruotsissa. Suomen metsästysmatkailutarjonnasta ei juuri koskaan ole näissä lehdissä mainoksia, vaikka Suomella olisi hyvät mahdollisuudet tuotteistaa metsästystä vielä paljon enemmän ja kysyntää olisi niin Keski-Euroopassa kuin muissa Pohjoismaissaakin. Yksi metsästysmatkailun haaste Suomessa on myös yhteismarkkinoinnin puute (Muuttola 2007a, hakupäivä 24.3.2011).

Yksinkertaisimmillaan metsästysmatkailupaketti pitää sisällään luvat ja opastukset. Mitä pidemmälle palvelua tuotteistetaan, sen parempi, sillä monipuoliset tuotteet lisäävät yrityksen vetovoimaa ja tuottavuutta. Kun tuote on selkeä ja sisältää sisällönerittelyn sekä hinnat, saa asiakas selvemmän kuvan palvelukokonaisuudesta. Myös yrittäjä itse tietää tarkemmin mitä hän on myymässä, kenelle ja mihin hintaan. Tuotteistaminen lisäksi helpottaa palvelukokonaisuuden hinnoittelua ja tuotteen markkinointia. Tietoa paketoidusta kokonaisuudesta on helpompi levittää kuin tietoa monista erillisistä palveluista. Tuotekehitysprosessin aikana myös kaikki käytännön

seikat tulee huomioitua paremmin ja palvelun laatu paranee. (Muuttola 2005, hakupäivä 24.3.2011.)

Hyvä metsästysmatkailutuote on asiakaslähtöinen ja sitä voidaan tarvittaessa räätälöidä asiakkaan toiveiden mukaan. Tuote on toteutukseltaan selkeä ja aito sekä alueen metsästyskulttuurin mukainen. Toteutuksesta vastaavat henkilöt ovat päteviä työssään. Tuote voi koostua useista osista kuten esimerkiksi majoitus, metsästys, ruokailut, sauna ja iltaohjelmat, jotka muodostavat elämyksellisen kokonaisuuden. Tuotteen on oltava toimintavarma, mutta se ei saa luvata liikoja, esimerkiksi saalistakuuta. Siitä on tultava selkeästi ilmi sen sisältö, hinta, kesto sekä saatavilla olevat lisäpalvelut ja niiden hinnat. Tuotteessa on myös huomioitava turvallisuus sekä ympäristönäkökohdat. Hyvä metsästysmatkailutuote myy itse itsensä. Metsästysmatkailun tuotteistamisessa kannattaa pitää silmällä erityisesti ulkomaalaisten asiakkaiden ja yritysasiakkaiden ryhmiä. (Muuttola 2005, hakupäivä 24.3.2011; Kuluttajavirasto 2003, hakupäivä 12.4.2011.)

Yritysasiakkaat voivat olla otollinen kohderyhmä metsästyspalvelua kehitettäessä. Suomessa tehty tutkimus osoitti, että useat yritykset ovat hyvin kiinnostuneita metsästysmatkailusta. Yleensä yritykset halusivat asiakkailleen suunnattuja, viikonlopun mittaisia metsästysmatkoja. Palveluissa arvostettiin asiantuntevia oppaita, turvallisuutta, sosiaalista kanssakäymistä sekä hyvää ruokaa. Kiinnostavimpina riistalajeina pidettiin metsäkanalintuja, hirveä ja karhua. (Rommakkaniemi 1998, 25–26.) Yritysasiakkaiden matkoilla voi olla tarvetta erilaisille oheispalveluille kuten esim. kokoontumistiloille. Lisäksi on hyvä muistaa se osa metsästysmatkailijoista, jotka ovat liikkeellä perheen kanssa. Metsästysmatkailun harjoittamista suunniteltaessa kohderyhmän tarkka miettiminen onkin oleellista, jotta löydetään maksavia asiakkaita. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.) Seuraavassa kappaleessa on käsitelty tarkemmin ulkomaalaisten metsästäjien merkitystä metsästysmatkailun asiakkaina suomalaisissa yrityksissä.

3.3 Ulkomaalaiset metsästäjät

Männyn (2008, 27) mukaan ulkomaalaisten metsästäjien tulovirran merkitys Suomessa ei ole kovinkaan suuri. Esimerkiksi vuonna 2007 ulkomaalaisia metsästäjiä kävi Suomessa noin 2000. Ulkomaalaiset metsästäjät järjestävät matkansa tyypillisesti alan yrityksen kautta, joka

puolestaan toimii yleensä yhteistyössä paikallisen metsästysseuran kanssa. (Matilainen, Keskinarkaus & Kurki 2011, 55.) Tunnettuus ja tieto metsästysmahdollisuuksista Suomessa kasvavat kokoajan ulkomailla. Lisäksi käytännöt varsinkin EU-maissa helpottuvat. Näistä syistä suomalaisten metsästyspalveluiden kysyntä ulkomaalaisten metsästäjien keskuudessa kasvaa. (Muuttola 2007a, hakupäivä 24.3.2011.)

Suomessa käyvistä ulkomaalaisista metsästysmatkailijoista suurin osa on saksalaisia ja ruotsalaisia. Heitä houkuttelevat Suomeen mm. puhdas luonto sekä laajat, asumattomat metsäalueet. Suomessa on lisäksi riistaeläimiä, joita esimerkiksi Keski-Euroopassa ei ole tai ne ovat rauhoitettuja. Erityisesti ulkomaalaisia metsästäjiä kiinnostavat Suomessa teeren, metson, valkohäntäpeuran sekä hirven metsästys. (Ripatti & Ermala 1995, 134.) Saaliin saaminen ei kuitenkaan ole aina tärkein asia. Saksalaisille metsästäjille tehdyn tutkimuksen mukaan tärkeimpiä motiiveja harrastukselle ovat luonnollisen ympäristön kokeminen, luonnon tapahtumien seuraaminen, rentoutuminen ja ystävien kanssa yhdessäolo. Erityisesti Suomen osalta oltiin kiinnostuneita puhtaan luonnon lisäksi myös suomalaisten metsästäjien tapaamisesta. (Lämsä & Hietala, 1996, 3.)

Suomi kilpailee metsästysmatkailumaana halvempien maiden kanssa. Etuna Suomessa kuitenkin ovat alueet, jotka ovat turvallisia ja niille on helppo tulla. Jahti ei myöskään ole fyysisesti niin rasittavaa kuin se on esimerkiksi Venäjällä. Näin ollen metsästysmatkat Suomeen sopivat myös iäkkäimmille ihmisille. (Filpus 2005, 20.) Koska ulkomaalaiset metsästäjät ovat kiinnostuneita suomalaisista metsästyspalveluista, alan toimijoiden on hyvä muistaa myös tämä kohderyhmä markkinoinnissa.

4 METSÄSTYSMATKAILUN HAASTEET JA MAHDOLLISUUDET

North Hunt -hankkeen tutkimus metsästysmatkailun haasteista Pohjois-Ruotsissa toi esiin tärkeitä menestystekijöitä metsästysmatkailussa. Ensimmäinen tekijä oli ammattimainen ja asiantunteva toiminta. Palvelut olivat laadukkaita ja asiakkaat laitettiin aina etusijalle. Toinen tärkeä tekijä menestyksessä oli yhteistyö. Toisia metsästysmatkailuyrityksiä ei nähty uhkaavina kilpailijoina vaan tärkeinä, toimintaa edistävinä yhteistyökumppaneina. Kolmantena menestystekijänä mainittiin hyvin kehittynyt yhteistyöverkosto oikeiden asiakkaiden saavuttamiseksi. Hyvä yhteistyöverkosto voi edelleen edesauttaa pääsyä hyville metsästysmaille. Ruotsissa metsästysmaiden saaminen matkailukäyttöön on suurin haaste metsästysmatkailussa. Haastatellut yrittäjät näkivät, että metsästysmatkailuun liittyviä sääntöjä ja määräyksiä tulisi selventää ja koko siihen liittyvää järjestelmää parantaa. (Dahl, Sjöberg, Juthberg & Willebrand 2010, hakupäivä 10.3.2011.) Metsästysmatkailua kehitettäessä on hyvä ottaa huomioon ja hyödyntää hyväksi osoittautuneita käytänteitä.

Yksi mahdollisuus metsästysmatkailun kehittämisessä on niiden riistalajien hyödyntäminen, joiden metsästyksen liittyviä mahdollisuuksia ei ole juurikaan matkailussa aiemmin hyödynnetty. Tällaisia ovat esimerkiksi vesilinnut, jänikset ja pienpedot. (Kangas 2011, hakupäivä 29.3.2011.) Näin saadaan perinteisestä palvelutarjonnasta poikkeavia, kiinnostusta herättäviä tuotteita ja samalla myös jahtikausi pitenee.

Haastetta metsästysmatkailun tarjoamiseen on tuonut mm. uusi metsähallituslaki. Suomessa metsästysmatkailu on keskittynyt pääasiassa valtion maille. Vuonna 2005 voimaan tulleen uuden metsähallituslain mukaan metsästyslupia valtion maille saa myydä ainoastaan Metsähallitus. Aiemmin lupia saivat myydä myös yksityiset yrittäjät, jotka saattoivat tarjota lupien ohella myös esimerkiksi majoitus- ja opastuspalveluja. Tämän uuden lain myötä heidän toimintansa vaikeutui, sillä luvista ei enää ole varmuutta. (Mänty 2008, 26–27.) Seuraavassa on tarkasteltu tarkemmin metsästysmatkailun haasteita maanomistajuuden ja kestävä kehityksen osalta. Lisäksi on esitetty alan mahdollisuuksia riistantarhauksen hyödyntämisessä ja trofeemetsästyksen kehittämisessä sekä myös Pohjois-Pohjanmaan vahvuuksia metsästysmatkailussa.

4.1 Maanomistajuus ja yhteistyö

Maanomistajuusasiat ovat yksi suuri haaste metsästysmatkailun kehittämisessä. Laajat maa-alueet ovat tarpeen varsinkin suuren riistan kuten hirven metsästyksessä. Pienriistanmetsästystä yrittäjä voi tarjota pienemmilläkin alueilla, jolloin tarvittavat maa-alueet saattavat löytyä jopa häneltä itseltään. Laajemmat alueet täytyy saada ulkopuoliselta taholta.

Metsästysmatkailuyrittäjä toimii usein ulkopuolisen maanomistajan mailla. Matkailijoiden mahdollinen saalis pienentää lisäksi paikallisten metsästäjien metsästyskiintiötä. Tämän takia toiminnan edellytyksenä on toimiva yhteistyö ja avarakatseisuus molemmin puolin. Paras tilanne olisi silloin, kun hyödyt jakautuisivat usealle taholle. Maanomistaja on yleensä vuokrannut maansa metsästysseuralle joko vastikkeetta tai nimellistä korvausta vastaan. Jos metsästysseura lähtee mukaan matkailutoimintaan, maanomistajat saattavat vaatia maanvuokrien korotusta huolimatta siitä, onko matkailu tuottavaa vai ei. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.) Seurat pelkäävät maanomistajien jopa irtisanovan vuokrasopimuksensa, jos metsästysmatkailua harjoitettaisiin heidän maillaan (Mänty 2008, 26). Ruralia -instituutin metsästysmatkailua koskevan selvityksen mukaan huolestuneita ollaan maavuokrien korotuksen lisäksi metsästäjien harrastusmahdollisuuksien menettämisestä. Pelkona on, että metsästysmatkailu estäisi lupien saannin, tietyille alueille pääsyn tai joidenkin lajien metsästyksen. (Vesterinen 2010, 11.) Asenteet metsästysmatkailua kohtaan ovat siis usein negatiivisia, mikä vaikeuttaa metsästyksen kaupallistamista.

Metsästysseuroilla ei periaatteessa ole mitään sitä vastaan, että he maksaisivat korvausta maankäytön osalta, mutta maanvuokran tulee kuitenkin olla sidoksissa metsästysmatkailusta saatuihin tuottoihin. Tällainen vuokranmaksu metsästys oikeudesta on kuitenkin hankalaa, sillä yksittäiselle maanomistajalle on vaikea määrittää, mikä osa metsästysmatkailutuloista hänelle maapinta-alan mukaan kuuluisi. Käytännöllisintä olisi maksaa osa metsästysmatkailun tuloista jollekin yhteistä hyvää ajavalle taholle, kuten kyläyhdistykselle tai maamiesseuralle. Tämä taho voisi näin palauttaa metsästysmatkailusta saadun hyödyn maanomistajille esimerkiksi teiden kunnostamisen tai virkistyspaikkojen rakentamisen muodossa. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.)

Myös metsästysseura voi tehdä maanomistajille tai heitä edustaville yhdistyksille talkootyötä

korvauksena maankäytöstä. Tällaisia korvaustapoja voisivat olla esimerkiksi tienvarsien raivaus, taimikoiden istutus tai vaikka retkeilyreittien rakennus kyläläisten käyttöön. Lisäksi metsästysseuran majaa voidaan tarjota kyläläisten käyttöön ja paikallisten koulujen kanssa voidaan tehdä riista- ja luontoaiheista yhteistyötä. Kun lähdetään kehittämään metsästysmatkailua, on otettava huomioon useiden eri tahojen mielipiteet. Tässä kehitystyössä sosiaalisilla arvoilla on suuri merkitys, joten hankkeen taakse tulisi saada oikeanlaiset henkilöt. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.)

4.2 Kestävä kehitys metsästysmatkailussa

Suomella on mahdollisuus kehittää metsästysmatkailua kestävän riistakannan silti vaarantumatta (Kurki, Keskinarkaus & Matilainen 2010, hakupäivä 29.3.2011). Riistaeläinten metsästyksessä tulee huomioida kestävän käytön periaatteet. Metsästys on siis mitoitettava niin, ettei lajin tulevaisuus vaarannu ajallisesti tai paikallisesti ja että kantaa voidaan vuosittain verottaa suunnitelmallisella metsästyksellä. Kestävä verotus edellyttää kantojen vuosittaista seurantaa. (Metsästäjien keskusjärjestö 2002, 13.) Kun metsästys ei ole suunnitelmallista, voivat riistakannat helposti heiketä. Toisaalta taas liian varovainen arvio riistan kestokyvystä voi johtaa siihen, että osa riistan tuottokyvystä saattaa jäädä käyttämättä hyödyksi. Samalla voivat lisääntyä esimerkiksi hirvien aiheuttamat vahingot maataloudelle ja liikenteelle. (Lindström & Kokko 1996, 7.) Joensuuhun viitaten Mänty (2008, 25) kertoo, että Keski-Euroopassa riistanhoitoa kustannetaan usein myymällä asiakkaiden riistasaalis ravintoloihin. Myös Suomessa osa metsästysmatkailusta saaduista tuloista käytetään riistanhoitoon (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011). Näin yritys voi toiminnallaan ja siitä saaduilla tuotoilla edistää kestävää kehitystä riistakantojen osalta.

Metsästyksen tulisi perustua luonnon kunnioittamiseen. Metsästysmatkailussa tavoitteena on luoda asiakkaalle aito elämys, eikä metsästyksen pidä olla, tai saakaan olla, liian helppoa. Saaliin saaminen ei ole tärkeintä, vaan toiminta voi keskittyä myös mm. metsästyksen toiminnallisuuteen tai riistan havainnoimiseen. Koska metsästysmatkailu ei ole massaturismia, sen vaikutukset ympäristöön ovat luontomatkailun kanssa samankaltaiset. Koska toiminta tapahtuu pienessä mittakaavassa, sillä on etunsa niin ympäristön hyvinvoinnin kuin palvelun laadunkin suhteen. Esimerkiksi maaston kuluminen, kasvillisuuden vaurioituminen ja luonnonrauhan rikkoutuminen ovat vähäistä, kun kuljetaan pienissä ryhmissä. Samalla asiakas

myös saa yksilöllisiä kokemuksia, joustavaa palvelua sekä parempia mahdollisuuksia palvelupaketin räätälöintiin. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.)

North Hunt -verkosto on koonnut kestävän metsästysmatkailun kriteeristön, joka perustuu Scott Branderdin kestävän metsästyksen määritelmään sekä osallistujamaiden metsästysjärjestöjen eettisiin ohjeisiin. Kriteeristö on kehitetty yhteistyönä suomalaisten, ruotsalaisten ja islantilaisten toimijoiden kanssa ja se pyrkii kuvaamaan kestävän metsästysmatkailun periaatteet. Ohjeiden mukaan riistalajeja ja niiden elinympäristöjä on hyödynnettävä niin, ettei vaaranneta luonnon monimuotoisuutta tai estetä sen toipumista. Tällainen toiminta mahdollistaa sosiaalisesti, taloudellisesti ja kulttuurillisesti kestävän metsästyksen sekä nykyisille että tuleville sukupolville. (NorthHunt 2011, hakupäivä 24.3.2011.)

Peruskriteerit ovat seuraavat: Metsästysmatkailuyrittäjällä tai metsästysoppaalla on oltava kokemusta metsästysmatkailusta yritystoimintana sekä tietoa myös yleensä matkailutoiminnasta. Yrittäjällä on myös oltava rekisteröity yritys tai liiketoiminta. Metsästystä järjestetään metsästyslain ja -asetusten, riistaeläinten metsästysaikojen sekä tarvittaessa erillisten pyyntilupien puitteissa. Yrittäjän pitää laatia vuosittain päivitettävä riistataloussuunnitelma metsästysalueelleen. Metsästysmatkailuyrittäjän on myös seurattava ja raportoitava metsästyksen toteutumista alueella. Yrittäjällä tai oppaalla on oltava todistettu ensiapuvalmius, jota myös päivitetään säännöllisesti. Yrittäjän on laadittava turvallisuusasiakirja sekä turvallisuussuunnitelmat jokaiselle palvelupaketille erikseen. Markkinoinnin on oltava totuudenmukaista ja hinnan vastattava palvelun sisältöä sekä laatua. Yrittäjä saa käyttää matkailussa vain alueita, jotka hän tuntee ja joissa hänen on oikeus käyttää asiakkaitaan. Yrittäjällä on oltava laaja-alainen näkemys liiketoiminnasta ja hänen on hyväksyttävä ja tunnettava vastuunsa. Yrittäjän tuotteissa on käytettävä alueen paikallista metsästyskulttuuria sekä myös vahvistettava sitä. (NorthHunt 2011, hakupäivä 24.3.2011; Kuluttajavirasto 2003, hakupäivä 12.4.2011.)

Koska kestävä kehitys ei ole pelkästään ekologista kestävyyttä, on metsästysmatkailussakin huomioitava myös sosiaalinen ja taloudellinen kestävyys. Sosiaalista kestävyyttä tarkasteltaessa huomataan, että kestävä metsästysmatkailu on liiketoimintaa, joka tuo hyvinvointia myös syrjäiselle maaseudulle. Se perustuu paikalliseen kulttuuriin ja lisää vuorovaikutusta maaseudun ja kaupunkien ihmisten välille. Sen avulla paikallisen metsästyskulttuurin ja identiteetin sekä

ihmisten elämäntavan ymmärrys paranee. Ongelma on kuitenkin usein kilpailu riistasta ja kiistely luonnon käyttöarvoista. Haastava kysymys onkin tällöin sidosryhmien näkemysten yhteensovittaminen. (Kurki 2011, hakupäivä 29.3.2011.)

Keskinarkauksen, Matilaisen ja Kurjen (2009, 50) tutkimuksen haastatteluissa korostettiin, että saalismäärää ei saisi matkailun johdosta kasvattaa vaan olemassa olevat resurssit tulisi suunnata ja jakaa järkevästi. Pelkona oli kilpailu riistasta metsästysmatkailijoiden ja paikallisten metsästäjien välillä esimerkiksi niinä vuosina, kun metsäkanalintujen kannat ovat alhaalla. Lisäksi korostettiin palveluiden elämyslähtöisyyttä saalistakuiden sijaan. Metsästysmatkailu nähtiin myös keinona huolehtia riistakantojen harvennuksesta metsästäjien vanhetessa ja vähetessä.

Ruralia -instituutin tutkimuksen mukaan sosiaalinen ja ekologinen kestävyys asettavat metsästysmatkailun kasvulle rajat. Sosiaalista kestävyyttä pidetään keskeisimpänä metsästysmatkailuun vaikuttavana tekijänä. Ekologisten ja sosiaalisten reunaehtojen vuoksi metsästysmatkailusta tuskin tulee laajan mittakaavan matkailutuotetta, vaan ennemminkin erikoistuneiden toimijoiden tarjoama elämys tuote rajatulle asiakaskunnalle. (Keskinarkaus ym. 2009, 51 - 55.) Alan toimijan on panostettava erityisesti ekologisen ja sosiaalisen kestävyuden huomioimiseen.

Taloudellinen kestävyys puolestaan ei ole metsästysmatkailun kehitystä rajoittava tekijä. Taloudelliset seuraukset nähtiin ennemminkin positiivisina tekijöinä. Metsästysmatkailun oletettiin tuovan elinkeinomahdollisuuksia yksilötasolla, liiketoimintamahdollisuuksia yritystasolla sekä matkailutuloja ja kerrannaisvaikutuksia aluetasolla. Metsästysmatkailun positiivisena vaikutuksena nähtiin toiminnan tuominen syrjäisille seuduille sekä matkailijajapaneen tasaaminen alueella. Muina positiivisina taloudellisina vaikutuksina nähtiin alueelle, yrittäjälle ja metsästyseuroille tulevat tulot, työllisyyden kohentuminen, alueen kasvava palvelutarjonta sekä yritysten asiakasmäärän kasvaminen. (Keskinarkaus ym. 2009, 51 - 55.)

Metsästysmatkailu tuo maaseudulle helposti lisää taloudellisia kannustimia luonnon ja ympäristön monimuotoisuuden säilyttämiseksi sekä edistämiseksi. Osa metsästysmatkailun tuloista voidaan käyttää esimerkiksi ympäristön kunnostuskohteisiin. Kun maalaiskylän toiminta piristyy, voidaan innostua esimerkiksi siistimään kylämaisemaa. Metsästysmatkailun ansiosta voidaan myös saada kulttuurimaisemallisesti tärkeät peltoaukeat säilymään avoimina. Lisäksi

metsien hakkuista suunniteltaessa saatetaan elinympäristöt, soidinalueet ja maisema ottaa tarkemmin huomioon. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.)

4.3 Riistantarhaus

Pietikäinen (2006, 36) ehdottaa riistantarhauksen hyödyntämistä metsästysmatkailussa. Hänen mukaansa esimerkiksi peltokan lintujen tarhaus voisi olla kannattavaa. Tarhauksen avulla voitaisiin paremmin taata saaliin saanti asiakkaille ja tarhatut linnut voisivat myös olla hyödyksi koirien koulutuksessa. Joensuuhun viitaten Mänty (2008, 25) kertoo, että Keski-Euroopan matkailussa saalisvarmuutta on pyritty lisäämään mm. riistan tarhauksella ja metsästyksellä aidatulla alueella.

Luonnon riistakannat eivät aina riitä metsästysmatkailun tarpeisiin. Riistan tarhauksella voidaan vähentää alkuperäisiin kantoihin kohdistuvaa metsästyspainetta. Nisäkkäiden tarhauksessa pääpaino on yleensä lihantuotannossa, mutta lintujen osalta tarhauksen tarkoitus voi olla myös metsästys. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005b, hakupäivä 6.4.2011.)

Putalan (2002, 56–57) tutkimus riistantarhauksesta Suomessa osoittaa, että lähes puolet riistalintujen kasvattajista ja runsas kolmannes nisäkästarhaajista harjoittaa tarhausta harrastusmielessä. Riistalintujen kasvattajille yksi tärkeimmistä tulonlähteistä mainittiin olevan tarhaukseen liittyvä oheispalvelu esim. maatilamatkailu tai metsästys.

Mielipiteet tarhattujen eläinten metsästyksestä ovat usein ristiriitaisia, joten eläinsuojelullisista näkökulmista on syytä pitää huolta. Kun tarhattuja eläimiä päästetään vapaaksi luontoon, on niiden metsästyksessä vaalittava metsästyksen alkuperäistä luonnetta. Tarhoissa tapahtuva ns. metsästys puolestaan tuskin saa yleistä hyväksyntää. (Pärssinen 2003, 22.)

4.4 Trofeemetsästyksen mallia maailmalta

Keski-Euroopassa trofee-metsästys on keskeinen metsästysmuoto. Tällaiselle metsästykselle on ominaista, että eri trofeeluokkiin kuuluvista eläimistä maksetaan eri hintoja. (Virtanen & Yrjölä 2002, 5.) Trofee onkin yleensä tärkein kaatomaksun suuruuteen vaikuttava tekijä. Joissain maissa jahdin jälkeen paikalle tulee virallinen arvostelutuomari suorittamaan trofeiden mittaukset. Tästä tilaisuudesta pidetään arvostelupöytäkirjaa, johon kirjataan trofeiden pistemäärät.

Kaatomaksu voi määräytyä tällaisessa jahdissa trofeen pisteiden perusteella. (Kairikko 1996, 18–19.) Arvostetuinta riistaa Euroopassa ovat hirvieläimet. Pientenkin hirvieläinten trofeiden hinnat saattavat nousta jopa tuhansiin euroihin. (Härmälä 2003, 5)

Suomessa puolestaan metsästyskulttuuriin ei kuulu, että saaliseläimen suurin arvonmittari olisi sen trofeearvo (Kairikko 1996, 18). Sen sijaan kansainvälisten metsästysmatkailijoiden on nähty olevan erityisen kiinnostuneita trofeista. Metsästyksen muuttuminen trofeepainotteiseksi ei kuitenkaan ole toivottua, mutta maltillisessa mittakaavassa harjoitettua trofee-metsästystä ei tarvitse täysin sulkea pois. (Keskinarkaus ym. 2009, 50.)

Vaikka suomenkielinen vastine sanalle trofee on metsästysmuisto, on sana metsästysmuisto merkitykseltään hyvin laaja. Jollekin henkilölle jo yksi sulka tai valokuva voivat olla merkittäviä muistoja metsästyksestä. Trofeena puolestaan pidetään sarvia, hampaita, kalloja tai nahkoja, joista on mitattavissa tai muuten arvioitavissa lajille tunnusomaisia ominaisuuksia. Trofeearvosteluilla on pitkä perinne, jo yli sata vuotta sitten alettiin trofeille kehittää arvosteluperusteita. Tietävästi ensimmäinen trofeenäyttely pidettiin Budapestissä vuonna 1888 ja Suomen ensimmäinen trofeenäyttely järjestettiin 1976 Oulussa. Arvostelut perustuvat lähinnä mittauksiin, mutta lisäksi annetaan eri kriteerien mukaan muoto- ja virhepisteitä. (Suomen riistakeskus 2011, hakupäivä 12.3.2011.)

Koska erityisesti teeren, metson, valkohäntäpeuran sekä hirven metsästys kiinnostaa ulkomaalaisia metsästäjiä (Ripatti & Ermala 1995, 134), voidaan todeta että myös näiden lajien trofeet ovat erityisen suosittuja. Suomessa ukkoteeri on täytettynä haluttu metsästysmuisto. Myös täytettyä ukkometsoa arvostetaan trofeena. (Suomen metsästäjäliitto 2008c, hakupäivä 18.3.2011.) Jollei lintua haluta täyttää, voi metsästysmuistoksi ottaa myös esimerkiksi teeren tai metson pyrstön.

4.5 Pohjois-Pohjanmaan vahvuudet metsästysmatkailussa

Metsästysmatkailua kehitettäessä Pohjois-Pohjanmaalla on syytä ottaa huomioon alueen ominaispiirteet ja vahvuudet. Rutasen & Luostarisen (2000, 34) luontoyrittäjyyttä koskevassa selvityksessä maakunnittain tehdyissä haastatteluissa Pohjois-Pohjanmaan vahvuudeksi nousivat puhdas ja monipuolinen luonto sekä sen pohjoispohjalaiset erityispiirteet. Maakunta on

luonnonympäristöltään ja maisemaltaan hyvin vaihteleva. Syynä tähän on mm. alueen laajuus. Oulun eteläpuolella on voimakasta viljelyaluetta kun taas pohjoisempana alueella on hyvin erämainen luonne. Luonnon vahvuuksina nähtiin mm. vesistöt ja erämaiset metsät. Osittain vahvuutena pidettiin myös alueen ihmisten tottuneisuutta luonnon parissa elämiseen. Maakunta kuvattiin ns. erämaana keskellä Suomea. (Rutanen & Luostarinen 2000, 34.)

Alan vahvuutena erityisesti ohjelmalveluiden kehittämisen suhteen nähtiin Oulun läheisyys ja hyvät liikenneyhteydet myös kansainvälisesti. Alueen matkailukeskukset ja laajat valtion maat nähtiin myös hyödyllisinä luontoyrittäjyydelle. Metsästysalueena Pohjois-Pohjanmaan todettiin olevan huippuluokkaa. Luontoyrittäjyyden kehittämiseksi esiin nostettiin mm. asiakaslähtöinen tuotteistaminen, verkostoituminen sekä markkinointi. Tärkeinä kehittämiskohteina nähtiin myös alan osaaminen, asiakaspalvelu, laatu sekä ympäristömyönteisyys. Yhtenä painopistealueena Pohjois-Pohjanmaalla nähtiin luontoon tukeutuva matkailu. (Rutanen & Luostarinen 2000, 34.)

Rutanen & Luostarinen (2000, 14) luokittelevat metsästyspalvelut osaksi luontoyrittäjyyttä. Myös Suomen Luontoyrittäjyysverkosto ry (2005c, hakupäivä 10.3.2011) on samoilla linjoilla. Sen mukaan luontoyrittäjyys koostuu useista eri toimialoista, joihin kuuluu mm. luonnon tarjoamiin mahdollisuuksiin perustuva matkailu. Tällainen matkailu voi sisältää useita eri painotuksia ja teemoja, joista yksi mahdollinen on metsästys.

5 AINEISTOT JA MENETELMÄT

5.1 Haastattelut

Aineiston hankintaa varten tehtiin haastattelut pohjoispohjalaisille metsästysmatkailutoimijoille. Muodoltaan haastattelu oli puolistrukturoitu, mikä tarkoittaa, että haastattelulle oli mietitty tietyt teemat, mutta niiden lisäksi oli valmisteltu tarkkojakin kysymyksiä. Tässä tilanteessa teemojen alle tehtiin apukysymyksiä lähinnä haastattelijan avuksi. Puolistrukturoidussa haastattelussa kaikille haastateltaville esitetään likipitään samat kysymykset, joiden järjestystä voidaan myös vaihdella eri haastattelutilanteissa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, hakupäivä 12.3.2011.) Haastattelun teemat ja apukysymykset voi nähdä liitteenä olevasta haastattelun rungosta (LIITE 1).

Tutkimuksessa haastateltiin neljää Pohjois-Pohjanmaalla toimivaa metsästysmatkailun tarjoajaa. Kaikki neljä olivat hyvin erilaisia toimijoita. Yksi oli kyläosuuskunta, joka tarjosi monien muiden palvelujen lisäksi metsästysmatkailua. Toinen oli metsästysseura, joka harjoitti kaupallista metsästystä. Kolmas toimija oli ottanut metsästysmatkailun maatalouden sivuelinkeinoksi ja neljäs oli osakeyhtiö, joka järjesti metsästysmatkoja lähinnä Suomen ulkopuolelle.

Jokainen haastattelu nauhoitettiin ja tämä puhemuotoinen aineisto kirjoitettiin puhtaaksi eli litteroitiin. Litteroinnissa ei käytetty mitään erikoismerkkejä esim. taukoja tai naurahduksia merkitsemään, sillä analyysin kohteena ei tässä tutkimuksessa ollut kieli tai kielen käytön vuorovaikutus (Hirsjärvi & Hurme 2006, 140). Aineisto kirjoitettiin sana sanalta ylös käyttäen ainoastaan pisteitä merkitsemään virkkeiden loppua.

Haastatteluaineiston analysointi tapahtui teemoittelemalla aineistoa. Teemoja eli keskeisiä aiheita muodostettiin sekä teoria- että aineistolähtöisesti. Teorialähtöisiä teemoja olivat ns. pääteemat, jotka määräytyivät tutkimusongelman mukaan. Pääteemojen alle sijoittuvat alateemat muodostettiin etsimällä aineistosta eri haastatteluja yhdistäviä seikkoja. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, hakupäivä 12.3.2011.) Myös osa pääteemoista muodostui aineiston analysoinnin edetessä aineistolähtöisesti. Pääteemoja olivat toimivat käytänteet metsästysmatkailussa, Pohjois-Pohjanmaan metsästysmatkailun kehittymismahdollisuudet sekä toimivat käytänteet maanomistajuusasioissa.

5.2 Rinnakkaisanalyysi

Rinnakkaisanalyysissä vertailtiin käytäntöjä eri metsästysmatkailutoimijoiden Internet -sivustoilla. Sivustoja vertailtiin eri muuttujien avulla, joita olivat palvelut, hinta, palvelun sisältö, trofeekäytäntö, lupa-asiat, toiminta-alue, palvelun ja sivuston kieli, linkitys sekä kestävän riistakannan huomioiminen. Muuttujat luokiteltiin sen perusteella, kuinka selkeästi ne oli sivustolla esitetty ja kuinka helposti ne olivat löydettävissä. Vertailuun otettiin neljä ulkomaalaista ja neljä suomalaista metsästysmatkailua tarjoavan toimijan Internet -sivustoa. Osa rinnakkaisanalyysin suomalaisista toimijoista sijaitsi Pohjois-Pohjanmaalla.

Sivustoja vertailtiin kahden eri luokituksen avulla: tiedon löytyminen ja tiedon selkeys.

Molemmissa luokituksissa muuttujien mittaustaso on järjestysasteikko, sillä muuttujat voidaan laittaa järjestykseen sekä tiedon löytymisen helppouden että tiedon selkeyden mukaan.

(KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto 2007, hakupäivä 12.3.2011.) Seuraavassa avaus luokituksista:

Tiedon löytyminen:

5 Helppo: Etsitystä asiasta löytyy heti etusivulta suora tieto tai selkeät linkit.

4 Melko helppo: Johdonmukainen linkitys, tieto löytyy helposti tai osa tiedosta löytyy helposti, mutta osaa joudutaan etsimään enemmän.

3 Melko vaikea: Tietoa täytyy etsiä, etusivulta ei selkeää reittiä halutun tiedon luo tai tietoa ei kerrota sivustolla, mutta se luvataan kertoa yhteyttä otettaessa.

2 Vaikea: Otsikointi ja linkitys eivät auta, osa tiedosta puuttuu.

1 Tietoa ei löydy: Asiasta ei ole mitään mainintaa.

Tiedon selkeys:

5 Selkeä: Tieto jäsennelty hyvin, käytetty selkeitä luetteloita yms. Ei turhan rönsyilevä eikä raskas teksti luettavaksi.

4 Melko selkeä: Hyvä jäsentely, tieto ei täysin kattavaa, oma tulkinta hyödyksi.

3 Melko epäselvä: Tieto useassa paikassa, tieto suppeaa, vaatii omaa tulkintaa tai tieto kerrotaan vasta yhteyttä otettaessa.

2 Epäselvä: Viittauksia asiaan on, mutta selvyyttä asiasta ei saa.

1 Tietoa ei ole: Tiedosta ei ole mainintaa.

Luokittelun jälkeen muuttujille laskettiin moodi ja mediaani, joiden avulla aineistoa analysoitiin. Mediaani on keskiluku, joka ilmoittaa jakauman tyypillisen arvon. Kyseessä on siis jakauman keskimäinen havaintoarvo, kun havainnot on laitettu suuruusjärjestykseen. Jos havaintoja on parillinen määrä, valitaan kaksi keskimäistä arvoa ja otetaan niiden keskiarvo. Moodi puolestaan on keskiluku, joka ilmoittaa muuttujan jakauman huippukohdan eli eniten tapauksia sisältävän luokan. (Tilastokeskus 2011, hakupäivä 12.3.2011.) Moodi on siis aineistossa yleisimmin esiintyvä muuttujan arvo. Keskilukuja laskettaessa desimaaleja sisältäneet tulokset pyöristettiin kokonaisluvuiksi.

5.3 Laatu ja luotettavuus

Haastateltavaksi valittiin Pohjois-Pohjanmaalla toimivia metsästysmatkailutoimijoita. Näitä toimijoita ei ole koottu kattavasti mihinkään rekisteriin, vaan ne saattavat kuulua esim. perinteisiin matkailu- tai maatilayrityksiin. Tästä syystä mahdollisia haastateltavia etsittiin Internetistä käyttäen apuna mm. erilaisia sivustoja, joille joitain yrityksiä on listattu. Haastateltavia etsittäessä yritettiin Internet -sivustojen perusteella päätellä, ovatko toimijat hyvin toimivia ja näin ollen sopivia haastateltaviksi. Haastatteluja varten otettiin yhteyttä useisiin toimijoihin alueella, mutta lopulta vain neljä suostui haastatteluun. Tutkimus oli kuitenkin kokonaistutkimus kaikista mahdollisista toimijoista. Haastattelusta kieltäytymiseen esitettiin useita eri syitä. Osa oli vasta aloittanut toimintansa, eikä näin ollen nähnyt olevansa vielä valmis kertomaan kokemuksistaan. Toisaalta taas oli toimijoita, jotka olivat jo lopettamassa toimintaansa tai se oli niin vähäistä, etteivät he tunteneet kiinnostusta antaa haastattelua aiheesta. Yksittäisessä tapauksessa syynä mainittiin myös se, ettei monen vuoden aikana hankittua tietoa ja taitoa haluttu luovuttaa kenellekään ilmaiseksi.

Koska metsästysmatkailuyrityksiä ei ole koottu kattavasti mihinkään rekisteriin, ei myöskään Internet-sivustoja löydy kattavasti koottuna mistään. Rinnakkaisanalyysiin vertailtavat kohteet valittiin etsimällä Internetistä mahdollisimman laadukkaita sivustoja, joiden käytäntöjä vertailtiin Pohjois-Pohjanmaalla sijaitsevien yritysten sivustojen kanssa.

6 TULOKSET JA TULOSTEN TARKASTELU

6.1 Haastattelujen tulokset

6.1.1 Toimivat käytänteet metsästysmatkailussa

Haastatteluissa tuli esiin useita toimivia käytänteitä metsästysmatkailun harjoittamisessa. Näitä olivat mm. asiakastyytyväisyyteen panostaminen, yhteistyö, oppaiden pätevyys, sekä hyvä palvelu. Oman kosteikon luominen ja metsästyksen tarjoaminen siinä oli myös koettu toimivaksi. Markkinoinnin osalta hyviä käytänteitä tuli ilmi useampia. Alan yhteistyön kehittäminen nähtiin tarpeellisena. Ehdotuksena kehitettävään alueeseen annettiin asiakashankinta.

Asiakastyytyväisyyteen panostamista korostettiin lähes jokaisessa haastattelussa.

Tyytyväisyyden varmistamiseksi oli erilaisia keinoja riippuen toimijasta. Yleisesti ottaen haluttiin kuitenkin tuottaa asiakkaalle kokonaisuudeltaan toimivaa ja laadukasta palvelua.

Asiakastyytyväisyyteen panostamalla nähtiin myös se hyöty, että tyytyväiset asiakkaat todennäköisesti palaavat myös seuraavana vuonna ja välittävät hyvää viestiä palvelusta myös muille mahdollisille asiakkaille.

Yhteistyötä sekä kyseisen että myös muiden alojen yritysten kanssa oli haastateltavissa yrityksissä harjoitettu ja se oli todettu toimivaksi. Eräässä tapauksessa yhteistyökumppanina toimi toinen metsästysmatkailua eri paikkakunnalla tarjoava yritys. Ideana yhteistyössä oli mainostaa asiakkaille myös yhteistyökumppanin palveluja. Esimerkiksi jos omassa yrityksessä asiakkaita on jo ruuhkaksi asti, niitä voidaan ohjata yhteistyökumppanin palveltavaksi.

Yhteistyökumppaneita eri alalta olivat esim. majoitus- ja pitopalveluyritykset sekä metsästystarvikeliikkeet.

Palvelun kokonaisvaltaisuutta arvostettiin kaikkien toimijoiden osalta. Kaikilla toimijoilla oli mahdollisuus tarjota asiakkaalleen ns. täyden palvelun paketti, joka sisältää vähintäänkin metsästyksen, opastuksen ja majoituksen. Lisäksi asiakkaille tarjottiin toimijasta riippuen erilaisia mahdollisuuksia ruokapalveluihin, lihojen ja trofeiden ostoon, kuljetuksiin sekä koirien käyttöön metsästyksessä. Myös *palvelupaketin toimivuus* tuli esiin haastatteluissa. Esimerkkinä annettiin mm. toimivaan jahtiin panostaminen. Vaikka saalistakuuta asiakkaalle ei voitaisi antaa,

metsästystilanteen toimivuuteen haluttiin panostaa.

Oppaiden pätevyys on ilmeisesti myös oleellista toimivan kokonaisuuden luomiseksi. Jokaisella toimijalla oppaat ovat kokeneita metsästäjiä. Muutamassa tapauksessa kaupallinen metsästys toteutetaan niin, että asiakas lähtee metsälle yhdessä paikallisen hirviporukan kanssa. Tällöin etuna on myös oppaiden hyvä paikallistuntemus.

Hyvänä ja toimivana käytänteenä nähtiin omille maille itse tehty *kosteikkoalue*. Haastatelluista yrityksistä kahdella oli tällainen kosteikko, jonka alueella voidaan metsästää mm. vesilintuja. Myös jäniksen ja rusakon metsästys mainittiin olevan kosteikkoalueella mahdollista.

Markkinoinnin toimivista käytänteistä mainittiin mm. Internetin kattava hyödyntäminen. Internet nähtiin tärkeänä väylänä nykypäivän markkinoinnissa ja siihen haluttiin panostaa. Internetin ilmaiset linkittämismahdollisuudet oli koettu hyvinä. Erityistä mainontaa alan lehdissä tai messuilla pidettiin puolestaan hyvänä keinona alkuhuomion herättämisessä esim. palvelutarjonnan muuttuessa. Lisäksi perinteistä ”puskaradiota” kehitettiin, sillä tiedon nähtiin leviävän tehokkaasti myös asiakkaiden välityksellä.

6.1.2 Pohjois-Pohjanmaan metsästysmatkailun kehittymismahdollisuudet

Pohjois-Pohjanmaan metsästysmatkailun kehittymismahdollisuuksista puhuttaessa esiin nousi tarjonnan monipuolistaminen. Erityisesti *perhehenkisen palvelupaketin* kehittäminen nähtiin hyvänä keinona kehittää metsästysmatkailua. Ideana olisi siis kehittää metsästysmatkailun ohelle lisätoimintaa esim. lapsille ja muille perheen jäsenille, jotka eivät metsästä. Koko palvelupaketti voisi kuitenkin olla luontohenkinen esimerkiksi ns. koko perheen luontoviikonloppu, jossa metsästyksen ohella tarjottaisiin mm. marjastusta ja sienestystä ohjelmapalveluna. Myös jokin kulttuurillinen toiminta nähtiin vaihtoehtoisena palveluna niille perheenjäsenille, jotka eivät metsästä. Toinen idea palvelutarjonnan kehittämisestä olisi luoda kohdennettu *metsästyspaketti naisille*. Naisten määrä metsästysmatkailijoina oli vielä hyvin vähäinen ja siinä nähtiin kehittymisen mahdollisuus. Metsästyspalvelun ohelle koettiin olevan hyödyllistä ottaa lisäksi muita palveluja kuten esimerkiksi kalastusmatkailua. *Oheispalvelujen* myötä toimintaa saataisiin laajennettua jopa ympärivuotiseksi.

Yksittäisenä ideana oman toiminnan kehittämisessä esiin nousi myös palvelun monipuolistaminen *riistantarhauksen* avulla. Fasaani haluttiin ottaa mukaan yhdeksi riistalajiksi ja sen myötä lisätä myös muiden peltoriistalajien, kuten rusakon, suosiota metsästysmatkailussa. Nähtiin, että rusakon metsästys ei ole vielä tarpeeksi kiinnostanut asiakkaita ja oletettiin, että sen suosio voisi kasvaa, kun asiakkaat saataisiin houkuteltua peltoriistan pariin hieman kiinnostavamman lajin myötä.

Yhteistyön kehittäminen alalla nähtiin myös tärkeänä kehittämiskohteena. Yhteistyötä esitettiin tehtäväksi mm. asiakashankinnan osalta. Lisäksi ehdotettiin, että suuremmilta toimijoilta kuten metsähallitukselta ja riistanhoitopiireiltä voitaisiin saada näkemystä, joka auttaisi metsästysmatkailun kehittämisessä. Myös yhteistyö muiden alojen yritysten kanssa nähtiin hyödyllisenä. Paikallisella tasolla yritysten olisi hyvä pitää yhtä ja tarjota näin asiakkailleen laajaa-alaisempaa palvelua. Esimerkiksi majoitusalan yritys hyötyisi ottamalla metsästysmatkailua tarjoavan yrityksen yhteistyökumppanikseen ja voisi näin tarjota asiakkailleen myös aktiviteetteja majoituksen lisäksi.

Lisäksi *riistakannasta huolehtiminen* mainittiin edellytyksenä metsästysmatkailun kehittämiselle. Kestävä riistakanta on metsästysmatkailussa keskeinen tekijä, joten siitä on pidettävä huolta. Haastateltu metsästysseura mainitsi kaupallisen metsästyksen tarjonnan mahdollisuuden perustuvan juuri riistakantaan.

6.1.3 Toimivia ratkaisuja maanomistajuusasioihin

Haastateltavat toimijat olivat ratkaisseet maanomistajuusasiat usealla eri tavalla. Erään toimijan toiminta-alueella *maanomistajat* olivat olleet hyvin *myötämielisiä kaupalliselle metsästykselle*. Syynä tähän mainittiin se, että maanomistajat metsästävät itse varsin vähän. He kuitenkin haluavat kylän säilyvän elävänä ja ovat tyytyväisiä, että metsästysmatkailupalvelua järjestetään ja kylän elinvoimaisuutta näin edistetään.

Haastateltu metsästysseura harjoittaa kaupallista metsästystä seuran mailla. Tuotot menevät seuran tilille ja niillä rahoitetaan yleishyödyllisiä investointeja kuten lahtivaja, laavut ja kodat. Mitään muuta korvausta maanomistajat eivät toiminnasta saa, sillä kaupallinen metsästystoiminta on seurassa kuitenkin melko vähäistä, eivätkä tulot ole nousseet kovin korkeiksi.

Yksi toimija tarjosi metsästysmatkailumahdollisuutta niin *omille maille tehdyllä kosteikkoalueella*, paikallisen metsästysseuran mailla kuin myös valtion mailla. Seuran ja valtion mailla asiakkaat ovat vierailevia metsästäjiä, eivätkä saa metsästää ilman yrittäjän läsnäoloa. Yksi haastateltavista oli puolestaan päätenyt tarjoamaan metsästysmatkailupalvelua lähinnä Suomen ulkopuolella, erityisesti Ruotsissa. Maiden vuokraus metsästyskäyttöön Ruotsissa on helpompaa kuin Suomessa, mikä on ehkä osaltaan vaikuttanut tässä ratkaisussa.

6.2 Haastattelujen tulosten tarkastelu

Tuloksissa esiin tulleet toimivat käytänteet sekä alueen metsästysmatkailun kehittämismahdollisuudet tuovat molemmat hyödyllisiä näkökulmia Pohjois-Pohjanmaan metsästysmatkailun kehittämistä ajatellen. Toimivat ratkaisut maanomistajuusasioissa antavat puolestaan mahdollisia vaihtoehtoja tämän erityisen vaikean haasteen ratkaisemiseksi.

Toimivan metsästysmatkailuyrityksen tulisi panostaa erityisesti palveluiden kokonaisvaltaisuuteen ja laatuun sekä asiakkaan tyytyväisyyteen. Myös aiemmin Ruotsissa tehdyn tutkimuksen mukaan metsästysmatkailun tärkeimpiä menestystekijöitä ovat toiminnan asiantuntevuus, palvelun laatu sekä asiakkaiden asettaminen etusijalle (Dahl ym. 2010, hakupäivä 10.3.2010). Asiakkaalle on hyvä tarjota perinteisten lupien, majoituksen ja saunan lisäksi myös esimerkiksi opas, metsästyskoirat, kuljetus sekä eräaiheisia tuotteita. Pätevä opas on mm. palvelun laadun kannalta oleellinen tekijä. On tärkeää, että oppaalla on erityisosaamista ja erityisesti metsästyksen, metsästyskulttuurin, riistanhoidon, lupakäytännön sekä koiratoiminnan tuntemusta. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.) Näihin asioihin panostamalla alueen metsästysmatkailutoimijat voivat kehittää palveluidensa laatua ja sitä kautta myös asiakkaiden tyytyväisyyttä.

Palvelutarjontaa tulisi lisäksi monipuolistaa ja kehittää edelleen erilaisten asiakasryhmien palvelemiseksi. Monipuolisemmalla palvelutarjonnalla voidaan herättää suuremman asiakaskunnan kiinnostus yritykseen. Voitaisiin luoda esimerkiksi perhehenkisiä palvelupaketteja, joissa huomioitaisiin ne metsästäjät, jotka matkustavat yhdessä perheen kanssa. Toinen mahdollisuus olisi erityinen naisille suunnattu jahtipaketti. Tälle voisi hyvinkin olla kysyntää, sillä naismetsästäjien määrä on viime vuosina kasvanut (Suomen metsästäjäliitto 2008b, hakupäivä

6.4.2011). Palvelutarjonnan monipuolistamista voitaisiin myös edistää uusilla metsästettävillä riistalajeilla, kuten pienpedoilla (Kangas 2011, hakupäivä 29.3.2011). Suuntaamalla palveluita uusille asiakasryhmille saadaan kasvatettua asiakaskuntaa.

Myös oheispalvelujen lisääminen metsästysmatkailun rinnalle olisi hyödyllistä. Erilaisten oheispalvelujen avulla voitaisiin jatkaa toimintaa perinteisen sesongin ulkopuolelle. Metsästysmatkailun ohella yritys voi tarjota esimerkiksi muita luontoon liittyviä matkailumuotoja kuten kalastusta. Lisäksi perhehenkiset palvelupaketit voisivat sisältää oheispalveluja lapsille ja muille perheen jäsenille, jotka eivät metsästä. Heille voidaan järjestää esim. erilaisia luontoon liittyviä palveluja kuten marjastusta ja sienestystä tai esimerkiksi jotain kulttuurillista toimintaa. Kaadetusta riistasta valmistettu ateria peijaishengessä voisi myös olla hyvä oheispalveluna tarjottava loppuhuipennus matkalle. Asiakas voisi myös halutessaan opetella erilaisten riistaruokien valmistusta osallistumalla peijaisten valmisteluun.

Riistantarhaus metsästysmatkailun kehittämisessä sai tässä tutkimuksessa mielenkiintoisen näkökulman. Uudella, kiinnostavalla tarhatulla lajilla pyritään saamaan asiakkaat tutustumaan myös aiemmin vähemmän kiinnostusta saaneisiin lajeihin. Samalla kun asiakkaat metsästävät esimerkiksi tarhattua fasaania, he voivat tutustua myös mm. rusakon metsästyksen, sillä molemmat lajit ovat peltoriistaa. Näin myös riistantarhauksella voidaan monipuolistaa yrityksen palvelutarjontaa uusien riistalajien myötä. Tarhattua riistaa voi lisäksi hyödyntää saalisvarmuuden parantamisessa sekä koirien koulutuksessa (Pietikäinen 2006, 36). Tarhattujen eläinten metsästys herättää ristiriitaisia mielipiteitä, joten eläinsuojelulliset näkökohdat on hyvä ottaa huomioon ja on vaalittava alkuperäisen metsästyksen luonnetta myös matkailussa. Itse tarhoissa tapahtuva ns. metsästys tuskin tulee olemaan yleisesti hyväksyttävää. (Pärssinen 2003, 22.)

Metsästysmatkailussa markkinointi on tärkeä kehityskohde. Markkinointia kehittämällä voidaan lisätä metsästysmatkailun tunnettuutta niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Tällä hetkellä markkinointi ei ole alalla kovin vahvaa ja siitä syystä metsästysmatkailu ei olekaan kovin tunnettu matkailun osa-alue Suomessa. (Pietikäinen 2006, 35.) Markkinoinnissa yrityksen on muistettava, että myös asiakkaat ovat yksi hyvinkin tärkeä markkinoinnin kanava. Asiakkaiden kautta välittyy niin positiivinen kuin negatiivinenkin viesti edelleen muille mahdollisille asiakkaille. Myös tästä syystä edellä mainittu asiakastytyväisyyteen panostaminen on hyvin tärkeää. Internet on tänä päivänä yksi keskeisimmistä markkinointiväylistä. Internetissä tapahtuvaan markkinointiin ja

viestintään asiakkaiden kanssa on siis hyvä panostaa. Edelleen silti myös alan lehdet ja tapahtumat ovat hyviä markkinointivälineitä varsinkin alkuhuomion herättämisessä. Koska metsästysmatkailun yhteismarkkinointi on Suomessa puutteellista (Muuttola 2007a, hakupäivä 24.3.2011), Pohjois-Pohjanmaan metsästysmatkailun markkinoinnin kehittämisessä yksi hyvä ratkaisu olisi yhteismarkkinoinnin hyödyntäminen. Markkinoinnin kohdistaminen ulkomaalaisille asiakkaille on myös otollista, sillä suomalaisten metsästyspalveluiden kysyntä on kasvanut ulkomaalaisten metsästäjien keskuudessa (Muuttola 2007a, hakupäivä 24.3.2011).

Metsästysmatkailun harjoittamisessa maanomistajuus ja metsästysoikeus ovat yksi suurimmista haasteista. Tutkimuksessa tuli ilmi useampia eri tapoja ratkaista tämä ongelma. Metsästystä tarjottiin niin omilla, valtion kuin metsästysseurankin mailla. Yleensä metsästysmatkailuyrittäjä toimii ulkopuolisen maanomistajan mailla. Tällöin toiminnan edellytyksenä on toimiva yhteistyö ja avarakatseisuus puolin ja toisin. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005a, hakupäivä 9.3.2011.) Omien maiden hyödyntäminen mahdollisuuksien mukaan on myös hyvä keino. Tällöin ongelmaksi eivät muodostu maanomistajien ennakkoluulot ja negatiiviset asenteet. Omien maiden käytössä on kuitenkin se ongelma, ettei kaikilta löydy omia maita joko lainkaan tai sitten niitä ei ole tarpeeksi laajasti haluttujen riistalajien metsästykseseen. Oman kosteikon perustaminen on kuitenkin mahdollista myös pienellä maa-alueella ja se on tutkimuksen mukaan osoittautunut toimivaksi ratkaisuksi kaupallisen metsästyksen tarjoamisessa. Kosteikko lisää alueen ekologista kantokykyä suppealla alalla paremmin kuin mikään muu ympäristö. Kosteikkoalueella voi metsästää mm. erilaisia vesilintuja. (Nummi 2010, 6.) Vesilintujen metsästysmahdollisuuksia on hyödynnetty melko vähän metsästysmatkailussa (Kangas 2011, hakupäivä 29.3.2011), joten niiden tuominen palvelutarjontaan tuo yritykselle edun muista erottuvan palvelun tuottajana.

Haastatteluissa ei tullut ilmi, että paikalliset metsästäjät tai maanomistajat olisivat negatiivisten asenteidensa johdosta vaikeuttaneet metsästysmatkailun harjoittamista jollain tavalla.

Päinvastoin esiin nousi mm. maanomistajien myötämielisyys kaupallista metsästystä kohtaan, koska se toi elämää paikkakunnalle. Muutaman toimijan kohdalla metsästysmatkailun tulot menivät ainakin osaksi yhteiseen hyvään. Yksi toimija oli kyläosuuskunta, jonka toiminta on hyödyksi koko kylälle. Toinen toimija taas oli metsästysseura, joka on kustantanut metsästysmatkailusta saaduilla tuloilla esimerkiksi lahtivajan, joka on kaikkien seuran jäsenten käytössä.

Yhteistyön merkitys on myös oleellinen. Yhteistyötä voi tehdä sekä toisten metsästysmatkailuyritysten että muidenkin alojen yritysten kanssa. Yhteistyöllä voidaan esimerkiksi parantaa asiakashankintaa tai yhdistää palveluja, jolloin asiakas saa kokonaisvaltaisempaa palvelua. Tuloksissa yhteistyön kehittämisessä nostettiin esiin myös suurempien toimijoiden kuten Metsähallituksen osallistuminen yhteistyöhön. North Hunt -hankkeen tekemä tutkimus Pohjois-Ruotsin metsästysmatkailuyrittäjien keskuudessa toi myös esiin yhteistyön tärkeyden toimivassa yrityksessä. Sen mukaan toisia alan yrityksiä ei tule pitää kilpailijoina vaan toimintaa edistävinä yhteistyökumppaneina. Hyvin kehittyneen yhteistyöverkoston avulla yritys saavuttaa helpommin oikeita asiakkaita. Ruotsalaiset yrittäjät näkivät myös tärkeänä metsästysmatkailuun liittyvän järjestelmän parantamisen. (Dahl ym. 2010, hakupäivä 10.3.2010.) Alan yhteistyön kehittäminen nähtiin haastatteluissa tärkeänä ja kehittämisen kohteeksi ehdotettiin yhteistä asiakashankintaa.

Riistakannasta huolehtiminen vaatii myös jatkuvaa kehitystä, sillä kestävä riistakanta on edellytyksenä metsästysmatkailulle ja sen kehittämiselle. Metsästysmatkailuyrityksen tulee siis huolehtia osaltaan riistan kestävyydestä ja välittää oikeanlaista viestiä myös asiakkailleen. Näin taataan, että myös tulevaisuudessa metsästysmatkailu on mahdollista riistakantojen puolesta. Metsästyksen on siis oltava suunnitelmallista, jotta riistakannat eivät heikkene liiaksi. Kuitenkin liian varovainen arvio riistan kestokyvystä voi puolestaan johtaa siihen, että osa riistasta jää hyödyntämättä. (Lindström & Kokko 1996, 7.)

6.3 Rinnakkaisanalyysin tulokset

Rinnakkaisanalyysin avulla löydettiin yritysten sivustoilta toimivia käytänteitä sekä kehittämisideoita tietojen esittämiseen ja niiden selkeyteen. Kun verrattiin pohjoispohjalaisten yritysten Internet -sivustojen tuloksia keskilukuihin, saatiin näitä sivustoja varten hyviä kehittämisehdotuksia. Parannusta olisi tehtävä mm. trofeekäytännön, palveluiden hinnan, kielen sekä lupakäytännön esilletuomisessa.

Tarjottavat palvelut löytyivät sivustoilta keskimäärin helposti. Palvelujen sisältö löytyi melko helposti, mutta hintatiedot palveluista olivat melko vaikeat löytää. Tieto trofeekäytännöstä oli melko vaikeaa löytää sivustoilta, kun taas lupa-asioista ja yrityksen toiminta-alueesta tieto löytyi melko helposti. Sivuston kielestä tieto löytyi helposti, mutta tarjottavien palvelujen kielestä tiedon

löytyminen oli vaikeaa. Linkit muille sivuille löytyivät keskimäärin helposti. Keskilukujen mukaan kestävän riistakannan huomioimisesta ei löytynyt ollenkaan tietoa. Seuraavassa taulukossa (Taulukko 1) on esitetty, kuinka helposti halutut tiedot löytyvä vertailtavilta sivustoilta.

TAULUKKO 1. Tiedon löytyminen vertailtavilla sivustoilla (5=helppo, 4=melko helppo, 3=melko vaikea, 2= vaikea, 1= tietoa ei löydy).

	Yritykset									
	Nord Guide	The Icelandic Hunting	Artemis hunting club	Diana-hunts	Erä-paimen	Metsästyspalvelut kokkonieniemi	Kylä-keskus Syke	HOF Invest Oy	Mediaani	Moodi
Mitä palveluja tarjotaan	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5
Palvelun hinta	4	3	3	5	3	1	2	3	3	3
Palvelun sisältö	4	4	2	5	4	4	3	4	4	4
Trofee-käytäntö	3	4	3	4	1	1	3	4	3	3
Mitä lupia asiakas tarvitsee	4	4	4	4	4	1	1	3	4	4
Toiminta-alue	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4
Sivuston kieli	5	1	5	5	5	1	5	5	5	5
Palvelun kieli	3	1	5	1	4	1	1	4	2	1
Linkitys muille sivuille	1	5	5	1	5	5	4	1	5	5
Kestävän riistakannan huomiointi	1	1	1	1	1	4	1	2	1	1

Keskilukujen perusteella tarjottavat palvelut ja niiden sisältö oli esitetty sivustoilla selkeästi. Palveluiden hinnat ja trofeekäytäntö puolestaan olivat keskimäärin esitetty melko epäselvästi. Lupa-asioiden osalta tiedon selkeyden mediaani oli 4 ja moodi 5, joten lupa-asioiden esitys oli

melko selkeä tai selkeä. Yritysten toiminta-alue oli esitetty melko selkeästi. Tieto sivuston kielestä oli esitetty selkeästi ja tieto palvelun kielestä oli melko selkeä. Koska kestävän riistakannan huomioimisesta ei löytynyt tietoa, myöskään sen selkeyttä ei voinut arvioida. Seuraavassa taulukossa (Taulukko 2) esitetään tietojen selkeys vertailtavilla sivustoilla.

TAULUKKO 2. Tiedon selkeys vertailtavilla sivustoilla (5=selkeä, 4=melko selkeä, 3=melko epäselvä, 2=epäselvä, 1=tietoa ei ole).

	Yritykset									
	Nord Guide	The Icelandic Hunting	Artemis hunting club	Diana-hunts	Erä-paimen	Metsästyspalvelut kokkonieniemi	Kyläkeskus Syke	HOF Invest Oy	Mediaani	Moodi
Mitä palveluja tarjotaan	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
Palvelun hinta	5	3	2	5	3	1	3	4	3	3
Palvelun sisältö	5	5	4	5	5	3	3	5	5	5
Trofee-käytäntö	3	4	4	5	1	1	3	3	3	3
Mitä lupia asiakas tarvitsee	5	5	4	4	5	1	1	3	4	5
Toiminta-alue	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4
Sivuston kieli	5	1	5	5	5	1	5	5	5	5
Palvelun kieli	4	1	4	1	5	1	1	4	4	4
Linkitys muille sivuille	1	5	5	1	5	5	5	1	5	5
Kestävän riistakannan huomiointi	1	1	1	1	1	5	1	3	1	1

Tieto tarjottavista palveluista löytyi lähes jokaiselta pohjoispohjalaiselta yritykseltä helposti ja tämä muuttuja edusti samalla myös aineiston tyyppiarvoja. Vain yksi näistä kolmesta yrityksestä

oli hieman keskimääräistä huonompi tämän tiedon löytymisen suhteen. Palvelutarjonnan selkeydessä kaikki pohjoispohjalaiset yritykset olivat puolestaan keskitasoa. Palvelun hinnan osalta yksi pohjoispohjalainen yritys sai tiedon löytymisen kohdalla saman arvon kuin mediaani ja moodi. Hinta oli tällä sivustolla esitetty keskimääräistä paremmin. Muilta Pohjois-Pohjanmaan yritysten sivustoilta palveluiden hinnat löytyivät ja olivat esitetty keskimääräistä huonommin. Tieto palvelun sisällöstä löytyi lähes kaikilta pohjoispohjalaisten yritysten sivustoilta keskimäärin hyvin, mutta sisällön selkeydessä oli onnistunut näistä yrityksistä vain yksi.

(Taulukko 1, Taulukko 2.)

Tieto trofeekäytännöstä löytyi vain kahdelta pohjoispohjalaisen yrityksen sivustolta. Trofeekäytäntö oli esitetty näillä sivustoilla melko epäselvästi. Tieto lupa-asioista löytyi vain yhdeltä yritykseltä ja sekin melko vaikeasti. Tämä tieto oli myös esitetty melko epäselvästi. Yrityksen toiminta-alueen osalta tiedot löytyivät pohjoispohjalaisten yritysten sivuilta melko helposti, yhdeltä yritykseltä jopa keskimääräistä helpommin. Se oli myös esitetty melko selkeästi ja yhden yrityksen osalta selkeästi. Tieto sivuston kielestä löytyi kahdelta sivustolta hyvin ja se oli esitetty selkeästi. Yhden yrityksen sivustolta tieto ei löytynyt ollenkaan. Palvelun kielestä löytyi tieto vain yhdeltä pohjoispohjalaisen yrityksen sivustolta. Tämä tieto löytyi melko hyvin ja oli melko selkeästi esitetty. (Taulukko 1, Taulukko 2.)

Vertailtaessa linkityksen löytymistä muille Internet-sivustoille yksi vertailtavista Pohjois-Pohjanmaan yrityksistä on arvoltaan mediaanin suuruinen eli linkitys löytyi helposti. Toisen pohjoispohjalaisen yrityksen sivustolta linkitys löytyy melko helposti. Linkitys oli myös selkeästi esitetty näillä sivustoilla. Kolmannelta yritykseltä linkitystä ei löytynyt ollenkaan. Kun tarkastellaan halutun tiedon löytymistä sivustoilta, kaksi pohjoispohjalaista yritystä erottuu edukseen riistakannan kestävän kehityksen huomioinnissa. Sama tulos on myös tiedon selkeydessä. Erityisesti toinen näistä yrityksistä on kertonut sivustollaan selkeästi, kuinka riistakannasta pidetään huolta yrityksen toimesta. Muilla vertailtavilla sivustoilla riistakannan kestävä kehitys oli jäänyt täysin mainitsematta. (Taulukko 1, Taulukko 2.)

6.4 Rinnakkaisanalyysin tulosten tarkastelu

Minkään vertailtavan yrityksen Internet -sivustot eivät olleet täydelliset. Yleisesti ottaen Internet -sivustojen olisi syytä olla selkeät ja palveluiden selkeästi esitetyt, jotta lukija saa selkeän kuvan

palvelukokonaisuudesta. Kun tuote on selkeä, myös yrittäjä itse tietää tarkemmin mitä on myymässä ja kenelle (Muuttola 2005, hakupäivä 24.3.2011).

Yllättävää tuloksissa oli, että kestävän riistakannan huomioiminen oli mainittu niin harvoissa yhteyksissä, vaikka ympäristöasiat ja kestävä kehitys ovat ajankohtaisia ja paljon puhuttavia aiheita. Pohjois-Pohjanmaan yritykset olivat kuitenkin tuoneet sivuillaan esiin riistakannan kestävyiden huomioimisen keskimääräistä paremmin. Ympäristömyönteisyys on nähty tärkeänä luontomatkailun kehittämiskohteena Pohjois-Pohjanmaan alueella (Rutanen & Luostarinen 2000, 34). Kestävän riistakannan huomioiminen on myös edellytyksenä metsästysmatkailulle ja metsästykselle yleensä. Tästä syystä metsästysmatkailua tarjoavien yritysten on huomioitava riistakannan kestävyys toiminnassaan. Tiedon puuttuminen Internet -sivustolta ei kuitenkaan tarkoita, ettei yritys huomioisi riistan kestävä kehitystä, mutta se jättää lukijalle epäilyksen varaa. Kestävän riistakannan huomioiminen toiminnassa on hyvä tuoda jollain tavalla julki Internet -sivustoilla, sillä kestävä kehitys on ajankohtainen aihe ja ihmiset ovat kiinnostuneita, kuinka yritykset sen huomioivat. Kestävän riistakannan huomioimisen esiin tuominen on hyväksi yrityksen imagolle. Näin yritys näyttää olevansa kiinnostunut ympäristöasioista ja niiden hoidosta.

Pohjois-Pohjanmaan yritysten sivuilla lupa-asiat oli esitetty huonommin kuin vertailtavilla sivustoilla keskimäärin. Vertailussa mukana olleilla Pohjois-Pohjanmaan yritysten Internet-sivuilla on kehitettävää siis erityisesti siinä, että asiakkaalle annettaisiin tieto, mitä lupia he matkallaan tarvitsevat. Muilla vertailtavilla sivustoilla tieto lupa-asioista oli selkeästi helpommin löydettävissä ja selkeämmin esitetty. Palvelun kielen selkeämpään esilletuomiseen voisi myös kiinnittää huomiota, sillä tämän tiedon löytyminen Pohjois-Pohjanmaan yritysten Internet -sivustoilta oli keskilukujen mukaan vaikeaa tai jopa mahdotonta. Jos palvelua on tarjolla vain esim. suomeksi, olisi sekin syytä mainita. Tällöin asiakas ei joudu arvailemaan eikä näin tee väärä oletuksia. Lisäksi palvelujen hinnat Pohjois-Pohjanmaan yrityksillä olivat melko vaikeasti löydettävissä sekä melko epäselvästi esitettyinä. Tässä olisi siis myös kehityksen paikka. Myös Muuttolan (2005, hakupäivä 24.3.2011) mukaan hyvin tuotteistetusta metsästyspalvelupaketista on asiakkaalle tultava selkeästi esiin mm. edellä mainitut palvelun sisältö, hinta sekä kieli.

Myös trofeekäytäntö jäi epäselväksi lähes jokaisen vertailtavan suomalaisen yrityksen osalta. Aiheesta löytyi mainintoja, mutta ei tarpeeksi selkeää esitystä. Lukijalle jäi paljon tulkinnan varaa yritysten trofeekäytännöstä. Trofeekäytäntö oli kuitenkin hieman paremmin esitetty

ulkomaalaisilla Internet -sivustoilla. Tähän voi vaikuttaa se, että metsästys muualla maailmassa on trofeepainotteista, kun taas Suomessa saaliseläintä ei arvoteta trofeen mukaan (Virtanen & Yrjölä 2002, 5; Kairikko 1996, 18). Ulkomaalaisten sivustojen mukaan palvelupakettiin kuuluu yleensä trofeen valmistelu ja arviointi. Trofeen pakkaaminen ja kuljetus asiakkaalle puolestaan eivät tavallisesti kuulu yritysten käytäntöön. Koska trofeepainotteinen metsästys on ulkomailla hyvin suosittua, tulisi suomalaisten yritysten huomata, että ulkomailta tulevat matkailijat ovat varmaan kiinnostuneita juuri yrityksen trofeekäytännöstä. Jos trofeiden valmistelu ja arvostelu eivät kuulu yrityksen palvelutarjontaan, voisi käytännön puuttumisesta kertominen kuitenkin olla järkevää. Trofeekäytännön selkeä esille tuonti on tärkeää erityisesti ulkomaalaisille metsästäjille.

Suomessa trofeet tuskin muodostuvat metsästyksen keskeiseksi elementiksi tai riistan tärkeimmäksi arvonmittariksi. Trofeepainotteinen metsästys voi kuitenkin lisätä ulkomaalaisten metsästäjien kiinnostusta matkustaa Suomeen. Tässä on kuitenkin muistettava myös paikallisten metsästäjien ja muiden tahojen mielipiteet. Vaikka trofeemetsästystä tarjottaisiinkin ulkomaalaisille metsästäjille, mittakaava on säilytettävä maltillisena.

Internet on tämän päivän markkinoinnissa tärkeä media. Tästä syystä metsästysmatkailuyritysten on syytä panostaa Internet -sivustojensa toimivuuteen. On tärkeää, että lukija löytää etsimänsä tiedon vaivatta ja että haluttu informaatio on esitetty selkeästi. Oleellista on, että sivuston linkitys ja otsikointi on selkeää ja reitti etusivulta haluttujen tietojen luo on lyhyt ja helppo. Toimiva käytäntö on esitellä jokainen eri palvelupaketti omana kokonaisuutenaan, josta ilmenee ainakin palvelun sisältö, hinta sekä mitä lupia yms. asiakas tarvitsee. Hinnat voi lisäksi koota yhteen luettelomaisesti, jolloin asiakkaan on helppo vertailla eri palveluiden hintoja. Palvelun kieli on oleellinen tieto, joka on syytä tulla sivustolla selkeästi esille. Jos palvelua voidaan tarjota useammalla kielellä, tällöin myös sivustolla on hyvä olla samat kielivaihtoehdot.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Metsästys on resurssi, jota voidaan hyödyntää matkailussa vain maaseudulla ja metsästyksen sopivilla alueilla. Uhkana ei siis ole toiminnan keskittyminen kaupunkeihin, vaan metsästysmatkailu tuo elinkeinoja erityisesti syrjäisille seuduille. Metsästysmatkailun myötä voidaan saavuttaa useita hyötyjä maaseudulla. Syrjäisille seuduille saadaan toimintaa ja tuloja. Lisäksi työllisyys kohenee alueella ja palvelutarjonta paranee. Alueen elinvoimaisuuden kasvu voi johtaa myös esimerkiksi kulttuurimaiseman ja ympäristön monimuotoisuuden parempaan vaalimiseen. Metsästysmatkailun myötä saatavien hyötyjen vuoksi alan kehittäminen on perusteltua Pohjois-Pohjanmaalla.

Pohjois-Pohjanmaan metsästysmatkailun kehittämiseen voidaan vaikuttaa yritysten sisällä, mutta myös niiden välillä. Toimijoiden välillä voidaan kehittää yhteistyötä, jonka avulla yritykset voivat edistää mm. asiakashankintaansa. Toisia metsästysmatkailuyrityksiä ei tule pitää uhkaavina kilpailijoina, vaan hyödyllisinä yhteistyökumppaneina. Verkostoitumalla voidaan yhdistää osaamista ja vahvuuksia eri yrityksissä. Kehittämisessä on hyödynnettävä pohjoispohjalaisia erityispiirteitä ja alueen vahvuuksia.

Tutkimuksessa esiin tulleita kehitysideoita voidaan tulevaisuudessa hyödyntää alan yhteistyötä kehittävässä hankkeessa. Kehittämiskohteita ja toimivia käytänteitä metsästysmatkailussa voidaan tuoda esiin hankkeessa esimerkiksi jonkinlaisen koulutuksen muodossa. Yksityiskohtaisempia kehitysideoita yritykset voivat hyödyntää kukin omillaan, mutta itse yhteistyön kehittäminen on tehtävä yhdessä. Tärkeää yhteistyön kehittämisessä on, että jo hankkeen aikana mukana olevat yritykset kokevat ja tekevät asioita yhdessä. Esimerkiksi voidaan tehdä vierailuja toimiviin metsästysmatkailuyrityksiin, joissa tutustutaan hyviin käytäntöihin. Toiset alan toimijat on hyvä nähdä yhteistyökumppaneina, joilta voi oppia jotain uutta.

Alan yhteistyön kehittämisessä on syytä keskittyä yhteen tärkeään osa-alueeseen, kuten työssä esiin tulleeseen asiakashankintaan. Koska Internet on tärkeä markkinointiväylä, yritysten kannattaa verkostoitua myös sen kautta. Pohjois-Pohjanmaalla toimivat metsästysmatkailuyritykset ja muut alan toimijat voisi koota yhdelle sivustolle, josta olisi linkit

jokaisen yrityksen omille sivuille. Myös yritysten omia sivuja olisi hyvä yhtenäistää, jolloin tiedon etsiminen olisi asiakkaalle helpompaa. Jokaiselle yritykselle olisi hyvä osoittaa ja nostaa esiin oma erityispiirteensä, jolla se eroaisi muista. Tällä tavalla Pohjois-Pohjanmaan palvelutarjontaa metsästysmatkailussa saataisiin monipuolisemmaksi. Kehitystyötä on tehtävä Pohjois-Pohjanmaan vahvuuksia ja erityispiirteitä hyödyntäen, jotta yritysten verkosto voi erottua edukseen muun maan metsästysmatkailuyrityksistä. Yksin Internet ei kuitenkaan asiakashankinnan kehittämiseen riitä. Alkuhuomion herättämisessä ja verkoston esittelyssä hyvänä markkinointiväylänä toimivat mm. alan lehdet ja messut. Lisäksi verkoston palveluiden markkinointia on syytä kohdistaa myös Suomen ulkopuolelle, koska suomalaisten metsästyspalveluiden kysyntä on ulkomailla kasvussa.

Yhteistyöverkostoa kehitettäessä olisi järkevää luoda jonkinlaiset kriteerit verkostoon kuuluvien yritysten toiminnalle. Tällöin voitaisiin varmistaa, että verkoston yritykset ovat kaikki palvelutasoltaan samanlaatuisia. Mallina voi käyttää aiemmin esiin tuotua North Hunt -hankkeessa luotua kestävän kehityksen kriteeristöä metsästysmatkailussa.

8 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää metsästysmatkailua Pohjois-Pohjanmaalla etsimällä toimivia käytänteitä metsästysmatkailussa. Toimivia käytänteitä ja kehitysideoita haettiin haastatteluiden ja rinnakkaisanalyysin avulla. Haastattelujen pohjalta tärkeimmiksi kehitysideoiksi nousivat palvelutarjonnan monipuolistaminen, oheispalvelujen lisääminen sekä yhteistyön kehittäminen yritysten välillä. Lisäksi haastatteluiden perusteella löytyi toimivia ratkaisuja markkinointiin ja maanomistajuusongelmiin. Internet -sivustojen vertailussa kehityskohteita löytyi palveluiden kielen, lupa-asioiden, hinnan, trofeekäytännön sekä riistakannan huomioimisen selkeästä esille tuomisesta.

Opinnäytetyön aihe oli minulle henkilökohtaisesti läheinen, sillä olen koko elämäni asunut Pohjois-Pohjanmaalla ja pari vuotta sitten aloitin myös metsästysharrastuksen. Lisäksi olen opinnoissani perehtynyt erilaisiin luonto- ja maaseutumatkailun muotoihin ja ollut hyvin kiinnostunut aiheesta. Metsästysmatkailun kehittäminen Pohjois-Pohjanmaalla ja sen myötä muiden hyötyjen saaminen alueelle innostivat minua tämän työn tekemisessä.

Opinnäytetyön aineisto haastatteluiden osalta jäi odotettua suppeammaksi, koska alueen toimijat eivät suostuneet haastatteluihin niin hyvin kuin oli odotettu. Aineistoa kertyi kuitenkin riittävästi ja sen pohjalta saatiin kiitettävästi kehitysideoita. Rinnakkaisanalyysi oli työläs, mutta antoi hyvää aineistoa Internet -sivustojen kehittämisen ideoimiseen. Työn aikana palautin mieleen aiemmin oppimaani ja opin myös paljon uutta tutkimuksen tekemisestä. Lisäksi opin lisää metsästysmatkailusta ja erityisesti sen tilasta Pohjois-Pohjanmaalla.

LÄHTEET

- Dahl, F., Sjöberg, G., Juthberg, S. & Willebrand, T. 2010. Challenges associated with hunting tourism in northern Sweden. Hakupäivä 10.3.2011 http://www.nord-hunt.org/fi/page/hankkeen_tutkimustulokset.
- Filpus, I. 2005. Ulkomaiset metsästäjät hakevat Lapista uusia kokemuksia. Lapin syksy 2005, 20.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2006. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Härmälä, E. 2003. Riistasta elinvoimaa maaseudulle. MTK -viesti 6/2003, 4–5.
- Kairikko, J. 1996. Jahdissa ulkomailla. Teoksessa Paasikivi, H. & Salokorpi, H. (toim.). Jahdissa ulkomailla: sanastot ja muuta käytännön tietoa. Hämeenlinna: Karisto Oy:n kirjapaino, 15–40.
- Kangas, J. 2011. Metsästysmatkailun kehittäminen edellyttää muutoksia lainsäädäntöön. Hakupäivä 29.3.2011 <http://www.metsa.fi/sivustot/metsa/fi/ajankohtaista/Tiedotearkisto/Tiedotteet2008/Sivut/MetsahallituksenpaajohtajaJyrkiKangas.aspx>.
- Keskinarkaus, S., Matilainen, A. & Kurki, S. 2009. Metsästysmatkailun toimintamallit ja niiden kestävyys valtion mailla. Helsingin yliopisto: Ruralia-instituutti.
- Kuluttajavirasto 2003. Kuluttajaviraston ohjeet ohjelmapalveluiden turvallisuuden edistämiseksi. Kuluttajaviraston julkaisusarja 9/2003. Hakupäivä 12.4.2011 http://www.phpela.fi/easydata/customers/phpela/files/Ohjeet_ja_lomakkeet/ohjeet_ohjelmapalveluiden_turvallisuuden_edistamiseksi_.pdf.
- Kurki, S. 2011. Mahdoton tehtävä?: Kestävä metsästysmatkailu. Hakupäivä 29.3.2011 <http://www.north-hunt.org/static/files/D1P1%20Kurki%20FI.pdf>.

Kurki, S., Keskinarkaus, S. & Matilainen, A. 2010. Metsästysmatkailun potentiaali ja kehityshaasteet Suomessa. Hakupäivä 29.3.2011
http://www.mua.profiili.fi/SIRA_Files/downloads/Tutkijatapaamiset/Karstula/Tyoryhmat/5_ryhma/Kurki_Metsastysmatkailun_potentiaali_ja_kehityshaasteet.pdf.

KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. 2007. Mittaaminen: Muuttujien ominaisuudet. Hakupäivä 12.3.2011 <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/ominaisuudet.html>.

Lindström, J. & Kokko, H. 1996. Voiko riistakantojen kehitystä ennustaa? Teoksessa Helle, P. (toim.) Suomen riista 42. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy. Suomen Riistanhoito-Säätiö, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos, 7.

Lämsä, T. & Hietala, M. 1996. Saksalaiset metsästysmatkailijat: Kainuun maaseutumatkailun mahdollinen asiakaskohderyhmä. Pohjois-Suomen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 127. Oulun yliopisto.

Matilainen, A., Keskinarkaus, S. & Kurki, S. Metsästysmatkailu: uhkia ja mahdollisuuksia. Metsästäjä 1/2011, 54–55.

Metsästäjän keskusjärjestö. 2002. Metsästäjän opas. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Muuttola, M. 2007a. Metsästysmatkailuyrittäjyys Suomessa. Hakupäivä 24.3.2011
<http://www.north-hunt.org/static/files/METSASTYSMATKAILUSUOMESSA.pdf>.

Muuttola, M. 2007b. Metsästysmatkailun tuotekehitys. Hakupäivä 24.3.2011 <http://www.north-hunt.org/static/files/Metsastysmatkailun%20tuotekehitys.pdf>.

Muuttola, M. 2005. Metsästys -/Kalastusmatkailun kehittäminen. Hakupäivä 24.3.2011.
<http://www.north-hunt.org/static/files/Metsastysmatkailun%20tuotekehitysta%20%28dokumentti%29.pdf>

Mänty, T. 2008. Metsästysmatkailun kehittämismahdollisuudet Etelä- ja Itä-Lapissa. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

NorthHunt. 2011. Kestävän metsästysmatkailun kriteeristö. Hakupäivä 24.3.2011

<http://www.north-hunt.org/static/files/kriteeriluonnos.pdf>.

Nummi, P. 2010. Puheenvuoro: Kosteikon monet kasvot. Teoksessa Helle, P. (toim.) Suomen riista 56. Porvoo: Bookwell Oy. Suomen Riistanhoito-Säätiö, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos, 5-6.

Pietikäinen, V. 2006. Metsästysmatkailun haasteet ja mahdollisuudet Pohjois-Pohjanmaalla. Oulun seudun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Putala, A. 2002. Riistatarhaus Suomessa: kyselytutkimus. Teoksessa Helle, P. (toim.) Suomen riista 48. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy. Suomen Riistanhoito-Säätiö, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos, 55–64.

Pärssinen, M. 2003. Luontomatkailu tarjoaa lisäansiomahdollisuuksia maaseutuyrittäjille. MTK-viesti 6/2003, 22.

Ripatti, J-P & Ermala, A. 1995. Metsästyksen taloudelliset arvot. Teoksessa Nummi, P. (toim.) Metsästys: luonto: yhteiskunta. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otavan painolaitokset, 125–139.

Rommakkaniemi, J. 1998. Metsästysmatkapalveluiden markkinatutkimus. Kyselytutkimus Suomessa toimiville yrityksille. Metsätalousinsinöörikoulutuksen lopputyö. Rovaniemen metsäoppilaitos.

Rutanen, J. & Luostarinen, M. 2000. Luontoyrittäjyys Suomessa: Alueelliset verkostot: luontoyrittäminen, matkailu- ja maaseutuklusteri – hankkeen loppuraportti. Jokioinen: Maatalouden tutkimuskeskus.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOT – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Hakupäivä 12.3.2011 http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html.

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry. 2005a. Metsästysmatkailu. Hakupäivä 9.3.2011 <http://www.luontoyrittaja.net/174.html>.

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry. 2005b. Riistantarhaus. Hakupäivä 6.4.2011
<http://www.luontoyrittaja.net/73.html>.

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry. 2005c. Toimialat. Hakupäivä 10.3.2011
<http://www.luontoyrittaja.net/4.html>.

Suomen metsästäjäliitto. 2008a. Nuoret mukaan metsästysseuran toimintaan. Hakupäivä 18.3.2011 <http://www.metsastajaliitto.fi/?q=en/node/462>.

Suomen metsästäjäliitto. 2008b. Suomalainen metsästys. Hakupäivä 6.4.2011
<http://www.metsastajaliitto.fi/?q=node/107>.

Suomen metsästäjäliitto. 2008c. Suomen riistaeläimet. Hakupäivä 18.3.2011
<http://www.metsastajaliitto.fi/?q=node/106>.

Suomen riistakeskus. 2011. Trofee. Hakupäivä 12.3.2011
http://www.riista.fi/index.php?group=00000160&mag_nr=13.

Tilastokeskus. 2011. Käsitteet ja määritelmät. Hakupäivä 12.3.2011
<http://www.stat.fi/meta/kas/index.html>.

Vesterinen, R. 2010. Metsästysmatkailun menestys vaatii paikallisten hyväksynnän. Maaseudun tulevaisuus 21.6.2010, 11.

Virtanen, J. & Yrjölä, R. 2002. Suljettujen alueiden riistanhoito. Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riistaraportteja nro 246.

LIITE 1

Haastattelu metsästysmatkailualan toimijoille Pohjois-Pohjanmaalla

- **Mitä palveluja tarjotaan?**
 - Mitä riistalajeja?
 - Mitä oheistuotteita/-palveluja?
- **Mitä palvelupaketti sisältää?**
 - Mitä turisti saa rahallaan?
 - Mikä ei kuulu hintaan?
 - Saako trofeet mukaan?
 - Saako lihat mukaan?
- **Asiakasryhmät**
 - Kotimaasta/ulkomailta
 - Ikä
 - Sukupuoli
 - Yksityiset/yritykset
- **Yrityksen toiminta-alue**

(Tyrnävän yritykselle lisäkysymys: Miksi päättänyt alkaa järjestää jahtireissuja ulkomaille?)

- **Miten maanomistajuusasia on ratkaistu?**
 - Vuokramaat valtiolta
 - Vuokramaat seuroilta
 - Vuokramaat yksityisiltä
 - Omat maat
- **Yhteistyökumppanit**
 - Muut metsästysmatkailuyritykset
 - Metsähallitus
 - Metsästysseurat
 - Viranomaiset
 - Kunta
 - Majoitus-/ravitsemusyritys
 - Muu

- **Markkinointi**
 - Kuka markkinoi?
 - Mitä markkinointikeinoja ja -kanavia käytetään?
 - Minne/ kenelle suunnattu?
 - Millaisia kokemuksia ja kehitystarpeita?
- **Miten huomioidaan kestävä kehitys?**
 - Riistakannan kestävyys
- **Toiminnan ongelmia**
- **Hyviä ja toimivia käytänteitä**
- **Jatkosuunnitelmat**
- **Millainen on metsästysmatkailun nykytilanne (Pohjois-Pohjanmaalla)?**
- **Metsästysmatkailun kehittymismahdollisuudet**
- **Millainen on hyvä palvelupaketti metsästysmatkailussa?**
- **Onko kiinnostusta/ tarvetta alan yhteistyötä kehittävälle hankkeelle?**
 - Millä osa-alueilla olisi kehitettävää?
 - Markkinointi Suomessa
 - Markkinointi Ulkomailla
 - Oman henkilöstön osaaminen (kielitaito)
 - Yhteistyö majoituksen yms. osalta
 - Yhteistyö muiden alan yritysten kanssa